

EL RESCAT DE LA INFORMACIÓ

PROPOSTES IMPRESCINDIBLES PERQUÈ
LA CIUTADANIA RECUPERI UN DRET SEGRESTAT





“Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social”

(Article 9.2 de la Constitució Espanyola)

“Se reconocen y protegen los derechos:

a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.

d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión.

La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España”

(Article 20 de la Constitució Espanyola)

“Correspon als poders públics de promoure les condicions per a garantir el dret a la informació i a rebre dels mitjans de comunicació una informació veraç i uns continguts que respectin la dignitat de les persones i el pluralisme polític, social, cultural i religiós. En el cas dels mitjans de comunicació de titularitat pública la informació també ha d'ésser neutral. Els poders públics han de promoure les condicions per a garantir l'accés sense discriminacions als serveis audiovisuals en l'àmbit de Catalunya”

(Article 52 de l'Estatut de Catalunya)

EL RESCAT DE LA INFORMACIÓ

1. EL DRET DE LA CIUTADANIA A LA INFORMACIÓ

- 1.1. EL SEGREST DE LA INFORMACIÓ 8
- 1.2. ELS OBJECTIUS DE L'ALTERNATIVA 8

2. DE LA REFORMA DE RTVE A UN CANVI DE MODEL

- 2.1. LA PARÀLISI DE LA CORPORACIÓ 9
- 2.2. CULMINAR EL CONCURS I ALTRES MESURES URGENTS 10
- 2.3. MODIFICACIONS DE LA REGULACIÓ GENERAL 10
- 2.4. REELABORACIÓ DE L'AGENDA DIGITAL 11
- 2.5. CANVIS LEGISLATIUS VITALS 11
- 2.6. EL CONSELL ESTATAL DE MITJANS AUDIOVISUALS 11
- 2.7. LA REFORMA DE LA LLEI GENERAL DE L'AUDIOVISUAL 12
- 2.8. ALTRES MESURES 13

3. LA COMUNICACIÓ DE LA GENERALITAT

- 3.1. LA TÍMIDA REFORMA DE LA CCMA I EL CAC 14
- 3.2. EL CONSELL DE LA CCMA, EN MANS DEL PARLAMENT 14
- 3.3. LES QÜESTIONS URGENTS 14
- 3.4. EL CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA 15
- 3.5. CULMINAR LA REFORMA DE LES LLEIS AUDIOVISUALS 15
- 3.6. FOMENTAR LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL 16
- 3.7. ALTRES PROPOSTES 16

4. BETEVE

- 4.1. MULTIPLATAFORMA DE SERVEI PÚBLIC 18
- 4.2. MILLORES DE LA RENDIBILITAT SOCIAL 18

5. EL DRET D'ACCÉS

- 5.1. ESTAT DE LA QÜESTIÓ 20
- 5.2. ALGUNES RECOMANACIONS D'ÀMBIT GENERAL 20
- 5.3. PROPOSTA PER A BETEVE 21

6. LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL

- 6.1. LES NORMES APLICABLES 22

6.2. L'AMIGUISME I EL MODEL DE CLICS	22
6.3. UN CANVI DE MODEL	23
6.4. LES OBLIGACIONS DE LA GENERALITAT	23
7. ELS MITJANS COMUNITARIS	
7.1. ESTAT DE LA QÜESTIÓ A EUROPA	25
7.2. FALTA DE REGULACIÓ A ESPANYA	25
7.3. PROPOSTA PER A CATALUNYA	26
8. LA XAL	
8.1. ANTECEDENTS I SITUACIÓ ACTUAL	27
8.2. MITJANS ADHERITS I ESTRUCTURA	27
8.3. NOVA ETAPA	28
9. PROPOSTA DE BASES O PRINCIPIS RECTORS D'UNA LLEI DE LA COMUNICACIÓ DE CATALUNYA	
9.1. FONAMENTS DE LA PROPOSTA	29
9.2. L'OBLIGACIÓ DE LEGISLAR	29
9.3. DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ EN GENERAL	30
9.4. OBLIGACIONS DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	30
9.5. DELS MITJANS DE TITULARITAT PÚBLICA	31
9.6. DELS MITJANS PRIVATS D'UNA CORPORACIÓ COMERCIAL	31
9.7. DELS MITJANS DE TITULARITAT PRIVADA SENSE ÀNIM DE LUCRE O COMUNITARIS	31
9.8. DELS MITJANS DE TITULARITAT PRIVADA PARTICIPATIUS	32
9.9. DE LES PERSONES DEDICADES A INFORMAR	32
9.10. DELS INFORMADORS	32

**EIX DEL DRET A LA INFORMACIÓ I LA COMUNICACIÓ
DE BARCELONA EN COMÚ. JUNY DEL 2020.**

1. EL DRET DE LA CIUTADANIA A LA INFORMACIÓ

1.1. EL SEGREST DE LA INFORMACIÓ

El dret a la informació i la comunicació és un bé comú que pertany a la ciutadania, un dret fonamental, imprescindible per exercir els altres drets i per garantir la democràcia. Però avui està greument amenaçat perquè els grans grups industrials i financers han estès el seu domini sobre el mitjans de comunicació de tot el món i han fet de la informació una mercaderia més, sotmesa a les regles del mercat. La promiscuïtat entre la premsa i el poder, obligada en alguns casos i voluntària en d'altres, i la concentració de la propietat dels mitjans i dels recursos tecnològics porten a l'exclusió dels circuits informatius de la majoria dels ciutadans, a la unilateralitat de les informacions, a la marginació de les veus crítiques amb el poder, a la confusió d'informació, espectacle i entreteniment i a la uniformització i l'empobriment culturals.

Al conjunt d'Espanya, la crisi econòmica iniciada el 2008 ha accentuat aquests processos. L'augment dels costos de producció, la dràstica reducció de la publicitat, les inversions desmesurades i l'assumpció de deutes impagables han deixat les grans empreses de comunicació en mans de les entitats financeres, que han substituït els vells editors per executius fidels i aliens al món de la informació. Paral·lelament, les administracions central i autonòmiques han retallat als mitjans públics els recursos necessaris per exercir la funció de servei a la societat, en benefici dels grups privats, han fet un repartiment sectari dels permisos d'emissió i dels ajuts i incentius als mitjans i han convertit les ràdios i les televisions públiques en corretges de transmissió dels governs.

La majoria dels grans mitjans, públics i privats, viuen amb respiració assistida, només sostinguts pels recursos de les administracions, la publicitat i les subvencions institucionals i el suport de la banca i les empreses de l'Ibex, que en condicionen els continguts i accentuen la unilateralitat de les informacions i restringeixen la pluralitat.

En el camp audiovisual, mentre s'intensifica el procés de concentració dels mitjans privats fins al punt que dos hòldings, Mediaset i Atresmedia, es reparteixen, de fet, el mercat televisiu, les televisions públiques viuen una situació crítica. El cas de TVE és especialment greu. Condicionada per un model de finançament que depèn exclusivament de l'erari, sotmesa els últims anys a la manipulació i la censura per part del Govern del PP, víctima d'una oferta desprestigiada i en mans d'una administradora única, la televisió pública estatal corre el risc d'un deteriorament irreversible. I a Catalunya, s'accentua la pèrdua de credibilitat de TV3 i de Catalunya Ràdio, convertides pel Govern en instrument del procés, en benefici de les televisions i les ràdios privades.

En aquest context, els grups periodístics i les administracions afronten la crisi amb retallades de costos, reduccions de plantilles, expedients de regulació, precarització laboral i pèrdua progressiva dels drets professionals que condicionen greument la independència dels periodistes i molt sovint els converteixen en hostatges del poder.

1.2. ELS OBJECTIUS DE L'ALTERNATIVA

És responsabilitat del Govern de coalició PSOE-Unides Podem i del que sorgeixi en les pròximes eleccions a Catalunya adoptar les iniciatives necessàries per canviar aquesta situació i desenvolupar els mandats constitucional i estatutari que obliguen els poders públics a promoure les condicions per garantir el dret de la ciutadania a una informació veraç i plural que respecti el pluralisme polític, social i cultural i religió. Cal una alternativa basada en l'adopció de mesures legislatives i de govern tant a Catalunya com a Espanya, tenint en compte les diferents competències que, en la situació actual, tenen l'Administració central i la Generalitat. El canvi ja era imprescindible abans de la Covid-19, però ara encara ho és més si les forces progressistes volen evitar que les conseqüències de la pandèmia accentuin l'encongiment del mapa de la comunicació en benefici de les elits. Les mesures de l'alternativa s'haurien d'inspirar en els objectius generals següents:

- Respectar i aplicar el principi que totes les persones tenen el dret d'investigar, cercar, rebre i difondre informacions, opinions i idees, sense censurens ni entrebancs, mitjançant totes les plataformes existents, en el marc del respecte a la llibertat i els drets humans. L'aplicació d'aquest principi, consagrat a l'article 20 de la Constitució

Espanyola i a l'article 52 de l'Estatut de Catalunya, respon al criteri que les lleis sobre els drets d'informació i d'opinió es van promulgar per defensar els mitjans davant de l'Estat i dels poders polític i econòmic, en benefici de la ciutadania.

- Reconèixer de manera efectiva que el dret dels mitjans a informar es basa en el dret de la ciutadania a rebre una informació veraç que respecti la dignitat de les persones i el pluralisme polític, social, cultural i religió. Els mitjans de comunicació tenen una funció social i són per definició un servei públic. Ho són fins i tot els privats perquè el que compta no és només que existin en mans privades, sinó el fet que la seva existència respon a la necessitat que tothom pugui exercir el dret a la informació. I també són un servei públic perquè contribueixen de manera decisiva a configurar l'opinió pública i a fixar models i maneres de fer, és a dir, són fonamentals en el procés de socialització de les persones.
- Posar en primer pla el respecte a la independència dels mitjans --dels públics i dels privats-- davant dels poders polítics i econòmics. Posar fi a la utilització partidista dels mitjans públics i garantir-ne la independència, la professionalitat, el rigor i la

imparcialitat. Facilitar l'accés de tots els ciutadans a la informació i a la participació democràtica en els afers públics i establir mecanismes que assegurin la participació ciutadana en el procés d'elaboració i seguiment de les polítiques públiques dels serveis de comunicació. Promoure la pluralitat i la diversitat i evitar els oligopolis informatius, especialment en els serveis de ràdio i televisió. Garantir la igualtat d'oportunitats, assegurant la lliure expressió dels moviments, entitats i associacions. I vetllar per l'existència de condicions que facin possible l'equanimitat professional dels periodistes.

- Considerar que l'espectre radioelèctric és un bé comú que s'ha de posar al servei de la ciutadania i, en conseqüència, enfortir el sistema públic de ràdio i televisió davant d'una oferta que tendeix a la segmentació temàtica i a la globalització cultural. Una radiotelevisió pública amb mecanismes de control democràtic real reforça la cultura periodística basada en la imparcialitat i el pluralisme informatiu, facilita l'accés igualitari al coneixement i enforteix els valors de la diversitat lingüística i cultural dels pobles d'Espanya. Les televisions i les ràdios de titularitat pública exigeixen una reforma urgent que inclogui, entre d'altres principis, la democratització dels processos d'elecció i del funcionament dels òrgans de gestió i el sanejament econòmic amb l'establiment d'un sistema de finançament transparent fixat per contracte-programa i una avaluació de rendiments

que no estigui basada únicament en les audiències i els costos.

- Promoure i protegir els mitjans independents allunyats del poder, els mitjans sense ànim de lucre, els que defugen les aventures i els deutes impagables, els del tercer sector i, en general, els que són resultat de l'autoorganització dels col·lectius que exerceixen el dret a ser emissors d'informació i a constituir i gestionar mitjans de comunicació propis per qualsevol de les plataformes existents. Tot i que les lleis audiovisuals espanyola i catalana els reconeixen, els cal una regulació específica que en faciliti la viabilitat i en garanteixi el finançament.
- Fomentar la implicació i la participació directa de la ciutadania en els mitjans sense ànim de lucre i de titularitat pública, tant en la gestió com en l'elaboració de continguts, a través de plataformes digitals interactives, per evitar la consolidació d'una audiència passiva i conformar un debat plural i una informació de qualitat.
- Rescatar els periodistes i els professionals dels mitjans de l'atur, dels salaris de misèria i la feina gratis, de la censura i la por, com a garantia de llibertat, imparcialitat i independència.

2. DE LA REFORMA DE RTVE A UN CANVI DE MODEL

2.1. LA PARÀLISI DE LA CORPORACIÓ

La renovació del Consell d'Administració de RTVE està bloquejada des de 2012 perquè el PP, aprofitant que l'antiga llei exigia una majoria de dos terços al Congrés dels Diputats per al nomenament, va rebutjar tots els candidats proposats. El 2017, gràcies a la pressió dels treballadors i d'amplis sectors socials, el Congrés va aprovar un canvi legal que obliga a triar el consell per concurs públic, seguint el model de la BBC. La Llei 5/2017 va modificar la Llei 17/2006 i mitjançant el Reial Decret 4/2018 es va convocar el concurs. Un consell d'experts plural va avaluar el currículum i el projecte presentat per cada candidat. El resultat va ser una llista de 20 persones. Només queda pendent acabar el procés d'elecció dels deu consellers (sis al Congrés i quatre al Senat) i d'entre ells el president, que haurà de ser ratificat per majoria absoluta al Congrés, en lloc de per dos terços, per evitar bloquejos. A més, l'elecció de la Presidència ha de reunir el suport de la meitat dels grups parlamentaris per garantir la transversalitat i el pluralisme.

Però la llei no s'ha arribat a aplicar i per sortir del pas es va nomenar una única administradora provisional sense concurs públic, sense majoria qualificada i

sense control de cap consell d'administració. De manera que RTVE --un conglomerat de mitjans integrat per set canals de televisió, sis cadenes de ràdio i la web RTVE, amb més de 6.000 treballadors i un pressupost de mil milions d'euros-- viu des de fa vuit anys una situació irregular, amb una crisi de difusió que la situa en unes quotes d'audiència molt per sota de les dels grups privats [1] i una crisi organitzativa derivada de la seva perllongada situació de provisionalitat que poden conduir el servei públic a la ruïna i a la irrellevància social.

Ara, el compromís amb la regeneració democràtica inclòs en l'acord de Govern de coalició PSOE-Unides Podem obre la via a la restauració de l'espai públic de comunicació audiovisual, que inclou la reconstrucció dels òrgans de gestió de RTVE. Però el PSOE es pot veure temptat de donar marxa enrere en l'elecció del consell amb el propòsit de mantenir el control de la corporació per fer front i contrarestar la fustigació de la dreta i dels mitjans que li són afins. Per aquesta raó és necessari un moviment ampli, el més transversal possible, que faci irreversible el concurs.

2.2. CULMINAR EL CONCURS I ALTRES MESURES URGENTS

“La culminación del concurso público para la elección del presidente de la corporación y de los miembros del Consejo de Administración de CRTVE con el máximo consenso se revela como la única salida viable a la parálisis institucional que padece esta corporación pública”. Aquest va ser el compromís dels grups parlamentaris quan van aprovar per unanimitat la Llei 5/2017, de 29 de setembre, l'aplicació del qual va arribar al tram final amb el concurs dels aspirants i les actuacions del comitè d'experts, i que ara ha d'acabar el recorregut. No fer-ho representaria un frau polític a la ciutadania i el cop de gràcia a una radiotelevisió pública que porta més d'any i mig en una provisionalitat insostenible. És urgent, doncs, culminar en el termini més curt i l'acord més ampli possible el concurs públic i nomenar un president i un consell d'administració entre els seleccionats pel comitè d'experts.

L'exigència del reconeixement social, del rigor i la transparència en la gestió dels recursos que té a la seva disposició ha de presidir la transformació de RTVE, ratificada per l'acceptació del conjunt de la societat. Amb aquesta perspectiva, és indispensable, un cop renovat el consell, l'adopció d'una sèrie de mesures urgents:

- Restaurar en els pròxims pressupostos la dotació de RTVE, aproximant-la als 1.200 milions, establerts com a límit pressupostari en la Llei 8/2009. Aquests pressupostos han d'actualitzar les taxes per utilització de l'espectre radioelèctric i les aportacions que efectuen els operadors de televisió i les companyies de telecomunicacions i estendre-les als operadors OTT de les plataformes de distribució de continguts audiovisuals de pagament. A mig termini, s'ha de dur a terme una revisió normativa profunda que permeti un finançament sostenible i suficient.
- Aprovar, per part de les Corts, un nou mandat-marc que amplii els compromisos de servei públic a les noves plataformes.

- Un cop s'aprovi el mandat-marc, el Govern espanyol ha de negociar de forma immediata amb la corporació el primer contracte-programa triennal de la història de RTVE, com exigeix la Llei 17/2006, de 5 de juny.
- La nova direcció ha de refermar la independència de la corporació, oferir a la ciutadania una informació rigorosa i imparcial i estar disposada a sotmetre's a tots els controls que garanteixin el compliment d'aquestes obligacions.
- La nova direcció ha d'elaborar el més aviat possible un pla estratègic per al compliment de les missions de servei públic, de conformitat amb el mandat-marc i el contracte-programa. El pla ha de promoure la transformació de RTVE en un servei multiplataforma, abordar la digitalització de RNE en el context de la migració digital del conjunt de la ràdio digital i connectar RTVE amb l'agenda digital espanyola. Mentrestant, ha de tirar endavant l'expansió sistemàtica a les noves plataformes, sense descuidar els canals tradicionals.
- La direcció ha de garantir igualment el manteniment dels serveis territorials per garantir una informació rigorosa de les qüestions que afectin més directament la comunitat.
- El Consell d'Administració ha de fer realitat el dret d'accés al conjunt dels mitjans del conglomerat de RTVE.

Aquestes actuacions són urgents si considerem la situació actual de RTVE, que pateix una paràlisi de les reformes pendents i dels projectes estratègics que en deteriora cada dia més la imatge i el pes social d'una manera que en pocs anys podrà ser irreversible. Més enllà de la caiguda d'audiències, es tracta de la incapacitat del servei públic d'obrir-se a la societat i de adequar-se a les profundes mutacions digitals dels usos socials de la comunicació.

2.3. MODIFICACIONS DE LA REGULACIÓ GENERAL

La legislació espanyola ha d'aplicar les recents directives europees sobre els Drets d'Autor (2019/790), sobre el Codi Europeu de Comunicacions Electròniques (2018/1972) i sobre els Serveis de Comunicació Audiovisual (2018/1808), cosa que obliga a curt termini –la directiva de Serveis de Comunicació Audiovisual s'ha d'aplicar abans del mes de setembre d'aquest any– a fer de manera coordinada i coherent algunes modificacions de la regulació general:

- Regulació del comportament i obligacions (inversió, aportació al servei públic, protecció de menors, accessibilitat, etc.) que equipari les plataformes on-line amb les que suporta la televisió *off-line*.
- Canvis immediats a la Comissió Nacional del Mercat de la Competència (CNMC) per assegurar-ne la independència i per garantir la presència d'un departament fort, amb experts en l'àmbit audiovisual i dotat dels recursos necessaris per al compliment dels objectius assignats a aquest organisme, capaç de regular i supervisar tant el compliment del servei públic com la competència i el pluralisme. La substitució dels cinc membres del Consell de la CNMC que tenen el mandat caducat ha de servir per garantir la independència dels consellers, amb prestigi i coneixements acreditats en l'àmbit audiovisual.
- Revisió de la regulació estatal de les ràdios i televisions autonòmiques per exigir-los el trasllat de l'estructura democràtica de governança de RTVE, i per a una redefinició de les seves missions de servei públic.
- Revisió de la regulació i els plans tècnics necessaris per a un relançament dels mitjans comunitaris i el desenvolupament reglamentari pendent des de 2010 de l'article 32 de la Llei General de la Comunicació Audiovisual.
- Foment de la participació ciutadana a RTVE a

través d'un consell social dotat de competències reals, especialment la capacitat d'arbitrar el concurs públic per triar la presidència de cada mitjà; planificar la gestió sobre la base d'indicadors de rendibilitat social, com fan gairebé tots els països europeus, i potenciar amb més competències i una participació més gran els

consells d'Informatius, el Defensor de l'Espectador i les àrees de mitjans interactius.

- Formació d'un consell, amb àmplia participació social --inclosos experts i entitats socials no lucratives-- per a la reforma integral de RTVE.

2.4. REELABORACIÓ DE L'AGENDA DIGITAL

L'Agenda Digital s'ha de concebre com un pla sistemàtic d'accés inclusiu universal a la banda ampla (i no únicament de més rapidesa i seguretat per als més rics), però també i especialment als continguts informatius, educatius, culturals i d'entreteniment de qualitat produïts i difosos per RTVE mitjançant la TDT, la radio (que ha d'emigrar progressivament a l'emissió digital) a internet i les xarxes socials. I de participació intensiva dels ciutadans i les entitats sense ànim de lucre en la construcció de la societat

compartida del coneixement. Això exigeix:

- Reelaborar a fons l'Agenda Digital i els anteriors plans digitals del Govern central per promoure l'accés universal a la banda ampla com un servei públic de primera necessitat, especialment per dotar RTVE d'un paper de locomotora en la digitalització i la difusió de la informació.
- Garantir un paper destacat del servei públic en la recuperació i redefinició de les polítiques culturals.

2.5. CANVIS LEGISLATIUS VITALS

Parlar d'agenda social implica atendre el dret dels ciutadans a accedir a una informació lliure i independent i a continguts gratuïts, universals i de qualitat, que puguin competir en igualtat de condicions amb els grans consorcis privats i les potents plataformes de pagament. És vital, doncs, que el Govern aposti per una política audiovisual progressista que serveixi, a curt i mig termini, per regenerar l'espai públic democràtic, tornar a connectar amb la societat i assegurar-ne una repercussió pública més gran. Això demana abordar canvis legislatius --que també exigeix la transposició de les normatives europees--, que s'han d'enfocar amb una visió democratitzadora que potencii el pluralisme i la diversitat. Hi ha diferents aspectes en el camp de la comunicació que cal revertir, sobretot dos:

- L'anul·lació per la Llei 3/2013 d'un consell audiovisual estatal independent, previst en la Llei General de la Comunicació Audiovisual, i la seva dissolució en un macroorganisme, la CNMC, que ha deixat el pol públic de l'audiovisual espanyol sense control ni orientació i el privat amb un control limitat pràcticament a les laxes normes de la competència.
- El descontrol de l'oligopoli privat (en ràdio i sobretot en televisió), que acapara gairebé el 90% de la publicitat i que pot arribar en dos anys al cent per cent, fent impossible la competència, amb el risc greu que això suposa per al pluralisme i que té uns efectes igualment greus en la vida política com s'ha pogut veure en els últims períodes electorals i durant la crisi provocada per la pandèmia.

2.6. EL CONSELL ESTATAL DE MITJANS AUDIOVISUALS

Les funcions de la CNMC en el camp de la comunicació les ha d'assumir el consell audiovisual previst en la Llei General de Comunicació Audiovisual que la Llei 3/2013, promoguda pel PP, va impedir. S'ha de crear, doncs, el Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals (CEMA) independent del Govern i de les empreses del sector i integrat en la Plataforma Europea d'Autoritats Reguladores (EPRA), semblant als que ja fa temps que existeixen a pràcticament tots els països europeus. El consell hauria de tenir, entre altres, les funcions i característiques següents:

serveis on-line, derivades de la Directiva de Serveis Audiovisuals

- Fixar els criteris de gestió de l'espectre radioelèctric i garantir-ne un repartiment més equilibrat entre els tres sectors de la comunicació, d'acord amb els estàndards europeus, per fomentar el pluralisme i la transparència.
- Supervisar el conjunt del sector, el públic i el privat, així com les noves competències de regulació dels
- Les llicències d'explotació no es podrien adjudicar segons acords entre els governs de torn i les empreses afins, de forma esbiaixada, partidista i opaca, com passa ara, sinó que s'haurien d'assignar de forma transparent i objectiva, amb calendaris i criteris coneguts; s'haurien de basar en el principi de foment del pluralisme i la diversitat cultural, i haurien de tenir en compte el compliment per part de les empreses adjudicatàries de condicions laborals dignes, d'equitat de gènere, de transparència i l'adhesió al Codi Europeu de Deontologia del Periodisme, aprovat per l'Assemblea del Consell d'Europa
- Els integrants del consell haurien d'elegir-se mitjançant un concurs públic de mèrits.

2.7. LA REFORMA DE LA LLEI GENERAL DE COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL

Les greus amenaces contra el pluralisme obliguen a reformar la Llei General de la Comunicació Audiovisual per adaptar-la als estàndards europeus: una llei ciutadana, d'accés a una comunicació transversal i, a la vegada, global, que tingui en compte els ecosistemes ja existents i afavoreixi l'apoderament ciutadà de la informació. La llei hauria d'incloure, entre altres, les mesures següents:

- Regular la propietat dels mitjans, evitant-ne la concentració i l'oligopoli audiovisual, de manera que no es donin situacions escandaloses com el fet que actualment només tres companyies controlin bona part del mercat i que una part de la propietat acabi fent-se amb el control de grups sencers. També s'ha d'evitar que un mateix grup superi una audiència mitjana del 30% en el conjunt dels seus canals d'àmbit estatal, en els 12 primers mesos des de l'adquisició, i quan això es produeixi, ha de tenir un termini d'un any per fer les desinversions necessàries per baixar de nivell. Igualment, s'ha de regular la participació de les empreses estratègiques en l'accionariat dels mitjans privats per garantir-ne la independència dels poders fàctics.
- Promoure les sinergies entre els mitjans públics nacionals i locals i facilitar canals oberts als mitjans

privats sense ànim de lucre, les cooperatives i les petites empreses d'economia social i solidària. Fomentar el tercer sector és indispensable per facilitar la participació directa de la ciutadania en el procés de la comunicació, especialment amb convenis de col·laboració amb els mitjans públics.

- Vetllar perquè els prestadors de serveis de comunicació televisiva, radiofònica i audiovisual estiguin obligats a incloure en la seva pàgina web les dades de la seva identitat i direcció i les de les persones i societats que n'integren l'accionariat.
- Assegurar la transparència dels concursos de concessió de llicències d'emissió i garantir el compliment de les condicions, de manera que quan s'incompleixin es puguin retirar les llicències i quan es transmetin no se'n puguin modificar les condicions (per exemple, que un canal de notícies es converteixi en un canal de realitats o que una televisió autonòmica deixi d'emetre informació de la seva comunitat).
- Aprovar, un cop modificada la llei, el reglament que reguli la concessió de les llicències d'emissió als mitjans comunitaris.

2.8. ALTRES MESURES

Les propostes legislatives i el conjunt d'iniciatives proposades impliquen un canvi de model del sistema mediàtic en el conjunt d'Espanya, un model nou que ha de servir per fer possible l'exercici, per part del conjunt de la ciutadania, del dret a la informació i la comunicació. Aquesta és una responsabilitat del Govern de progrés del PSOE i Unides Podem, però també del conjunt de la societat. I en la situació de dependència actual, la Generalitat no pot renunciar a intervenir en el disseny de la política espanyola en aquest àmbit. Però per completar el model, són necessàries algunes mesures més:

- Derogar totalment o parcialment les normes que limiten el dret a la informació i la comunicació, les que castiguen les ofenses als sentiments religiosos i les que limiten el dret de reunió pacífica, la Llei Orgànica 4/2015, de Protecció de la Seguretat Ciutadana (coneguda com a *lleï mordaça*) i el Reial Decret Llei 14/2019 (conegut com a *decretazo* digital).
- Desenvolupar una Llei del Dret a la Informació i la Comunicació de la ciutadania, d'acord amb els col·lectius de professionals de la comunicació, entre altres, per actuar de manera eficaç en la protecció del dret de totes les persones a rebre una informació plural, veraç i completa dels fets de rellevància pública. La llei haurà de recollir els drets i deures dels mitjans i dels professionals de la comunicació per assegurar-ne la independència enfront de tota mena de pressions internes i externes i per garantir-ne la seguretat, la llibertat d'informació, condicions laborals dignes i el respecte a drets professionals específics, com el secret professional, la clàusula de consciència i

el dret a formar comitès de redacció elegits pels professionals, d'acord amb les recomanacions del Codi Deontològic aprovat per l'assemblea del Consell d'Europa. La llei hauria de regular també els drets d'autoria de periodistes, fotoperiodistes, dissenyadors gràfics i infografistes, com ha declarat la Comissió Europea, i dels professionals a la peça, col·laboradors i freelances, com passa a França i altres països de la UE.

- Aprovar mesures fiscals per a les petites empreses, subscriptors i mecenes, entre elles reduir al 4% l'IVA que grava els mitjans digitals (ara paguen el 21%) per equiparar-lo al de la premsa en paper; estudiar els beneficis fiscals derivats de l'aplicació de l'IVA reduït; desgravar les donacions i aportacions sense recompensa a les pimes; permetre que les pimes no comptabilitzin aquestes aportacions com ingressos en l'impost de societats; facilitar que els mecenes i els lectors es converteixin en accionistes dels mitjans i tinguin una presència sindicada i activa als consells d'administració i els comitès editorials, i afavorir els convenis amb universitats i organismes públics de promoció empresarial per millorar la gestió d'aquestes empreses.
- Reequilibrar les despeses en publicitat institucional i fer un repartiment dels ajuts i els incentius que combini els criteris objectius de transparència i equitat amb la necessitat de contribuir a un reequilibri progressiu entre els tres sectors de la comunicació, el públic, el privat i el comunitari. Utilitzar un percentatge d'aquests recursos per fomentar l'emprenedoria i la creació de nous mitjans amb sistemes diversos de finançament.

— Promoure l'aprovació d'un estatut de l'agència EFE que n'asseguri la independència dels governs de torn i un pla estratègic que en garanteixi la viabilitat. L'agència té 3.000 treballadors de 60 nacionalitats a tots les comunitats espanyoles i

a 120 països del món i difon més de tres milions de notícies l'any, unes xifres que mostren la seva importància en el procés comunicatiu, que el Govern i les forces polítiques no poden ignorar.

3. LA COMUNICACIÓ DE LA GENERALITAT

3.1. LA TÍMIDA REFORMA DE LA CCMA I EL CAC

El mes d'octubre de 2019 el Parlament va aprovar per unanimitat la modificació de les lleis 11/2007 de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i 2/2000 del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) que obliga que els presidents i els membres del CAC i del Consell de Govern de la CCMA siguin elegits per majoria de dos terços del Parlament, sense opció, com ara, d'una segona votació en què la majoria absoluta sigui suficient. El canvi legal també amplia de sis a set els membres del Consell de Govern de la CCMA, redueix de sis a cinc els del CAC, explicita que tots ells estan subjectes al règim retributiu dels alts càrrecs de la Generalitat i imposa la representació paritària de dones i homes en tots dos òrgans.

Entre altres canvis, la iniciativa també estableix que per elegir els directors de Televisió de Catalunya i

Catalunya Ràdio el Consell de Govern de la CCMA haurà de regular i convocar un procediment públic de selecció de candidats, i que els setze membres del Consell Assessor de Continguts i Programació de la CCMA hauran de ser elegits per la majoria de dos terços del Parlament sense opció tampoc a una segona votació.

L'acord tira enrere la contrareforma aprovada l'any 2012 per CiU i el PP (aleshores, el seu soci parlamentari), que va consolidar la pràctica, que ja s'havia obert dos anys abans, d'escollir els membres del Consell de Govern per majoria absoluta. El Consell de Govern actual va ser nomenat el 2012 i només conserva quatre dels seus sis membres i, a més, amb mandats caducats des de fa més d'un any i mig.

3.2. EL CONSELL DE GOVERN DE LA CCMA, EN MANS DEL PARLAMENT

Els set membres del Consell de Govern, segons el text aprovat, han d'ésser persones amb mèrits professionals rellevants, elegits pel Parlament, a proposta, com a mínim, de tres grups parlamentaris. Prèviament a la presentació de les propostes, els grups han d'haver escoltat les entitats i els col·lectius més rellevants del sector audiovisual i el CAC n'ha de verificar la idoneïtat atenent d'una manera especial a l'experiència dels candidats en el sector audiovisual. Amb la composició actual de la Cambra, la hipòtesi més probable és que dos membres del consell els proposi ERC, dos més JxC, un Ciutadans, un el PSC i un els comuns.

Però passar de l'acord pel model a la proposta d'unes persones concretes no serà fàcil. A finals del 2018, JxCat, ERC, Ciutadans i el PSC van fer un pacte per renovar la corporació que incloïa Saül Gordillo, l'actual

director de Catalunya Ràdio, com a proposta de president per part d'ERC, que també proposava Rosa Romà, degana del Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques, com a consellera. JxCat proposava els periodistes convergents Miquel Calçada i Sílvia Cópulo; el PSC, Xavier Marcé, exvicepresident de Focus i regidor de Barcelona, i Ciutadans, Eladio Jareño, excap de premsa del PP català. Unes declaracions de Quim Torra sobre la via eslovena van fer saltar l'acord pels aires, però és un indicatiu de por on poden anar els trets si els partits del Govern –en plena disputa per l'hegemonia– s'entesten a incomplir la llei amb l'excusa del final de la legislatura o qualsevol altra.

3.3. LES QÜESTIONS URGENTS

La reforma es limita a la governança de la corporació i deixa oberta la porta a modificar la llei de la CCMA “amb una visió de llarg termini”. Però això encara fa més urgent que el Parlament i els partits tirin endavant, sense més entrebanc, les tímides modificacions legals aprovades:

- Elegir les persones “amb mèrits professionals rellevants” avalades per les entitats representatives del sector i per CAC –i no destacats militants o propagandistes dels partits– per integrar el Consell de Govern.
- Determinar el sistema per escollir els directors de TV3 i Catalunya Ràdio entre persones “amb experiència en l'exercici de funcions d'administració, d'alta direcció, de control o d'assessorament, o funcions de responsabilitat similar, en entitats públiques o privades, preferentment del sector audiovisual o dels mitjans

de comunicació”. El text aprovat diu que haurà de fer-se per concurs públic, cosa que suposa un canvi radical del model vigent, en el qual aquests nomenaments són una prerrogativa del president de la CCMA que el consell ha d'aprovar. Ara bé, les modificacions només determinen que serà el mateix consell de govern el que haurà de decidir com es reglamenta el concurs. Per tant, ni que sigui indirectament, es fia aquest punt a un eventual acord polític entre membres escollits pels diferents partits.

- Aprovar la proposta de contracte programa observant els convenis col·lectius de les empreses de la CCMA, garantir la participació dels representants dels treballadors en l'informe previ preceptiu i vetllar perquè el contracte programa s'adeqüi al mandat marc aprovat pel Parlament.
- Elegir els setze membres del Consell Assessor

de Continguts i Programació entre “persones de prestigi reconegut” que han de “representar la pluralitat de la societat catalana”. Hi ha d’haver, com a mínim, representants dels sectors professionals i educatius i de les associacions cíviques, culturals i d’usuaris i els treballadors de la corporació. El Consell Assessor, desactivat des de fa anys per la seva dependència de l’actual Consell de Govern, ha de ser la via de participació efectiva de les entitats socials en l’orientació dels mitjans de la CCMA.

- Elegir els cinc membres del CAC entre “persones de prestigi reconegut”, amb experiència en el

sector audiovisual i que “ofereixin garanties plenes d’independència” i amb competències plenes, especialment la concessió i revocació de llicències d’emissió, amb procediments públics, transparents i objectivables, i la imposició de sancions en el sector de la comunicació. El CAC hauria de tenir els recursos tècnics i humans indispensables per exercir les tasques d’inspecció. Igualment, hauria de basar en criteris qualitius i no únicament quantitius el control dels continguts de les emissions dels mitjans públics.

3.4. EL CONSELL DE LA INFORMACIÓ DE CATALUNYA

Les ja citades són les qüestions urgents. Més endavant caldria desenvolupar un conjunt d’iniciatives que configuren un nou model públic de comunicació basat en el principi que el dret a la informació pertany a la ciutadania. La principal d’aquestes iniciatives és la promoció d’un gran acord parlamentari per crear per llei el Consell de la Informació i la Comunicació de Catalunya (CICC), l’autoritat catalana de la comunicació, que substitueixi el CAC i que tingui com a finalitat general vetllar per la correcta aplicació i desenvolupament dels principis destinats a garantir el dret a la informació i la comunicació de la ciutadania. Seguint l’exemple dels models que s’apliquen a Alemanya i el Regne Unit, entre altres països, el CICC hauria d’estar format per persones de prestigi reconegut vinculades al món de la comunicació que actuïn amb independència de criteri i per persones designades per entitats i associacions representatives, ratificades pel Parlament per una majoria qualificada de dos terços a proposta d’un mínim de tres grups parlamentaris i amb un únic mandat de sis anys, dos més que les legislatures ordinàries. Haurien de ser funcions del CICC, entre altres:

- Establir les línies generals d’actuació del sistema públic audiovisual de Catalunya i fomentar la col·laboració i les sinergies entre les empreses i organismes que en formen part per potenciar els intercanvis i la coproducció de continguts entre el món audiovisual més pròxim al territori i el nacional, respectant la identitat de cada part i

l’autonomia local.

- Fixar el model de finançament i de gestió i els criteris generals de la política de continguts i programació i dels contractes-programa dels mitjans públics.
- Determinar els objectius, criteris, composició i funcions dels consells de govern dels mitjans que depenguin de la Generalitat i de la resta d’administracions.
- Fixar les normes de concessió d’ajudes i de recursos per a polítiques o campanyes de comunicació ciutadana.
- Programar polítiques de foment del dret de la ciutadania a la informació i, especialment, formular propostes per a la promoció del tercer sector de la comunicació.
- Vetllar pel pluralisme informatiu i per evitar la concentració de mitjans.
- Concedir i revocar llicències d’emissió.
- Imposar sancions en el sector de la comunicació.
- Demanar al Parlament i al Govern que sotmeti a consulta ciutadana les decisions de transcendència en l’àmbit de la informació i la comunicació.

3.5. CULMINAR LA REFORMA DE LES LLEIS AUDIOVISUALS

La segona iniciativa és la culminació de la reforma, ja iniciada, de la Llei 2/2012 de modificació de diverses normes en matèria audiovisual, que ha accentuat el partidisme de TV-3 i Catalunya Ràdio, i la Llei 11/2007 de la CCMA per blindar la independència, neutralitat i imparcialitat de la televisió de les emissores de ràdio i de totes les plataformes de comunicació de la Generalitat, promoure’n la cogestió dels treballadors i garantir el dret d’accés de la ciutadania. La reforma ha d’incloure, entre altres, les disposicions següents:

- Elecció del president i dels membres del Consell de Govern per part del CICC (i no del Parlament) amb majoria qualificada i a través d’un procediment de *hearing* o examen públic, que serveixi per verificar-ne la idoneïtat, i ratificació posterior del Parlament. El nombre dels consellers ha de ser inferior a 10 i ha de ser imparell per evitar el vot de qualitat del president. El 51% dels seus membres haurien de representar la ciutadania i la plantilla i només el 49% s’hauria d’elegir amb intervenció dels partits. El representant o representants de l’audiència s’haurien de designar per concurs públic i votació per la ciutadania per un sistema de electrònic segur i els dels treballadors s’haurien d’elegir en candidatures individuals entre persones sense càrrecs directius, d’acord amb la proposta de cogestió formulada pel sindicats de la corporació i

avalada per la majoria dels treballadors en assemblea, seguint el model alemany de cogestió, que obliga les empreses de més de 2.000 treballadors. La resta de membres del consell haurien de ser persones qualificades i de criteri independent designades pel Parlament per una majoria de dos terços.

- Garantia que la CCMA rebrà els recursos necessaris per fer una programació de qualitat, competir amb els grans mitjans privats i afrontar amb les condicions més favorables les transformacions tecnològiques. El sistema de finançament ha de ser transparent i fixat per contracte programa i una avaluació de rendiments que no es basi només en les audiències i els costos, sinó també en indicadors de rendibilitat social.
- Transparència sobre la gestió, inclosa la relativa als pressupostes, les contractacions amb empreses externes, les despeses i els sous i retribucions dels directius de tots els mitjans públics de la Generalitat.
- Codi de bones pràctiques que impedeixi que els professionals comptabilitzin la feina professional i la publicitat.

- Prohibició de contractar empreses que incompleixin les seves obligacions fiscals i laborals.
- Participació de l'audiència amb fórmules com el registre d'usuaris únics i sobretot l'exercici efectiu del dret d'accés, que permeti a les organitzacions de la societat accedir a audiències significatives, amb la reserva d'espais a TV3 i Catalunya Ràdio.
- Elecció directa del Defensor de l'Audiència entre els candidats proposats per entitats i associacions representatives. El Defensor de l'Audiència tindria facultats per formular queixes de la ciutadania i propostes al Consell de Govern.
- Ampliar de 16 a 21 els membres el Consell Assessor per garantir una més àmplia representació social i assegurar la presència de representants dels treballadors.

3.6. FOMENTAR LA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

Una altra iniciativa necessària és posar en marxa l'acord marc per al foment de la indústria cinematogràfica i audiovisual, com a eix vertebrador de les polítiques públiques de la Generalitat en el foment de la indústria cinematogràfica i audiovisual catalana, especialment de les petites i mitjanes empreses, en els termes recollits en la Llei 20/2010 del cinema, de manera que permeti fixar les estratègies de suport del sector audiovisual català i el paper dels diferents actors públics (ICIC, ICF, CCMA...) en el seu finançament. Les obligacions que estableixi l'acord marc per al foment de la indústria cinematogràfica i audiovisual amb relació a la CCMA s'han d'incloure en el contracte programa que han de subscriure la corporació i el Govern, que ha d'incorporar una guia de contractació pública amb criteris d'inclusió social i d'igualtat de gènere, salaris dignes, contractació laboral estable amb protecció de la salut laboral, sostenibilitat ambiental i comportament ètic.

Catalunya i la Comunitat de Madrid apleguen més de la meitat del total d'empreses de tot Espanya dedicades a oferir serveis audiovisuals (el 51,9%). Catalunya es manté com la segona comunitat autònoma amb més empreses audiovisuals (19,8%) darrere de la Comunitat de Madrid (amb un 32,1%). A finals de 2019, a Catalunya hi havia 1.687 empreses de producció de cinema i televisió i 214 de difusió, tant radiofònica com televisiva. D'aquestes 1.901 empreses en total, 1.040 no tenien contractat cap assalariat, només 170 tenien 10 o més treballadors i només 29 més de 100. L'activitat principal de més del 80% de les empreses audiovisuals catalanes està relacionada amb la producció de cinema, vídeo i programes de televisió.

Les dades dels darrers anys confirmen la recuperació del teixit empresarial i de l'activitat en el sector. Des del seu moment més crític, l'any 2014, fins al 2019, el nombre d'empreses de producció de cinema i televisió a Catalunya ha crescut en 185. En canvi, les empreses emissores de ràdio i televisió han passat de 259 a 214. El mateix comportament s'observa a escala de tot l'Estat, on les empreses de producció han crescut fins a arribar a les 7.979 des de les 7.030 registrades l'any

2014, mentre que les difusores han disminuït, passant de 1.922 a 1.627 en el mateix període.

Segons dades del 2016, el sector audiovisual català generava 1.661.560 milions d'euros, provinents majoritàriament de les empreses de cinema, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so i edició musical, amb un volum de negoci de 1.454 milions d'euros davant els 207 milions de les empreses dedicades a ràdio i televisió. Pel que fa al valor afegit brut (VAB), el sector audiovisual va assolir 654.764 milions d'euros, 422 milions (el 64,5%) a les empreses de cinema, vídeo, programes de televisió i enregistrament de so i edició musical, i 232 milions (el 35,5%) a les empreses de programació de ràdio i televisió.

Respecte a l'ocupació, el nombre de persones treballadores es xifrava en 11.616 l'any 2016. Alguns estudis l'eleven considerablement en el període 2018-2019, però caldria considerar l'alta temporalitat del sector i el concurs de treballadors autònoms per establir una xifra actualitzada completament fiable. Les empreses de producció de cinema i televisió presenten un volum d'ocupació més elevat, amb 6.737 persones ocupades (58%), davant les empreses de programació de ràdio i televisió, amb 4.879 treballadors (42%).

Cal tenir en compte, a l'hora d'interpretar les dades, que és habitual en el sector l'ús, per part de les principals empreses, de societats instrumentals en activitats diferenciades. Tanmateix, recentment hi ha hagut importants processos de concentració empresarial i internacionalització. En són exemples l'absorció d'El Terrat per part de Mediapro, que té la majoria accionarial en mans d'un fons d'inversió xinès, o el procés de concentració empresarial viscut per Gestmusic, Diagonal TV i Zeppelin TV, agrupades primer sota l'empresa Endemol, radicada a Holanda, i que, després de passar per diferents propietaris (Mediaset, Disney...), ha estat adquirida per una gran productora francesa.

3.7. ALTRES PROPOSTES

- Adoptar mesures per reforçar l'entramat de mitjans públics locals i comarcals, com ara la creació i ordenació d'una xarxa comunicativa integrada per la totalitat dels mitjans de titularitat pública --els locals i els de la CCMA-- que funcioni com un sistema coherent, per facilitar l'establiment de tot tipus de sinergies. El CICC tindria, en aquest sentit, a més a més de les competències ja assenyalades, les següents:
 - Promoure l'adopció i regulació d'estatuts de redacció i de comitès professionals amb representació als consells d'administració de cada mitjà integrat a la xarxa.
 - Revisar el model de la Xarxa Audiovisual Local (XAL) per garantir-ne la neutralitat, la transparència en la gestió i el finançament, com també la independència dels mitjans adherits. La Generalitat ha d'impulsar mesures que reforcin, ajudin a consolidar i facin viables els mitjans de comunicació de proximitat, especialment els de caràcter públic i sense ànim de lucre, que han de tenir accés a les campanyes institucionals del Govern.
- Fixar per llei els drets i deures dels mitjans públics i privats per assegurar-ne la independència i el pluralisme, i garantir als treballadors condicions dignes i el respecte al secret professional i la clàusula de consciència.
- Incloure a la futura llei electoral la supressió dels blocs electorals als programes informatius dels mitjans públics per innecessaris i discriminatoris. Les normes reguladores de la CCMA ja obliguen els professionals a informar amb imparcialitat i neutralitat. Imposar períodes d'excepcionalitat en la informació política coarta la feina dels professionals i el dret dels ciutadans a una informació rigorosa i veraç. I el criteri de proporcionalitat --contradictori amb el de neutralitat-- que s'esgrimeix per justificar els blocs electorals margina les forces polítiques sense representació i discrimina les minoritàries, de manera que, en la pràctica, facilita l'autoreproducció endogàmica del sistema de grans partits.
- Donar suport a l'emprenedoria en el sector de la comunicació. Tenint en compte que és un dels sectors més colpejats per la crisi econòmica, l'atur i la precarietat, els efectes dels quals se sumen a la transició digital, són indispensables mesures d'ajuda a joves emprenedors, cooperatives de treball associat i víctimes d'acomiadaments col·lectius. Els ajuts han de contribuir a augmentar la diversitat de l'oferta i a apostar per la innovació en les fórmules empresarials i de gestió, com les cooperatives de periodistes i usuaris, els mitjans sense ànim de lucre amb vocació de servei públic i els sistemes de finançament mixt via micromecenatge.
- Fomentar i protegir el tercer sector de la comunicació. Com reconeixen la Unesco, la Unió Europea, el Consell d'Europa i altres organismes internacionals, els mitjans socials i comunitaris sense ànim de lucre són agents socials fonamentals, que tenen una funció insubstituïble en l'empara de la diversitat cultural i en la implicació directa de la ciutadania en el procés de comunicació social, en el foment de l'alfabetització mediàtica i en la reflexió crítica. S'ha de garantir que els mitjans de tercer sector tinguin un paper rellevant en les campanyes educatives i de sensibilització per atendre necessitats socials. I el sector públic, per mitjà de convenis de col·laboració, els haurà de brindar recursos i suport tècnic sense comprometre en cap cas la seva independència. També s'hauran d'estudiar els canvis legislatius necessaris per posar en funcionament dos open channels de TDT i ràdio amb desconnexions locals, gestionats en col·laboració amb els mateixos mitjans del tercer sector, com es fa a Alemanya, Noruega i Finlàndia, entre altres països.
- Promoure als mitjans públics campanyes de protecció de les diversitats cultural, lingüística i de gènere, com també de sensibilització contra totes les formes de discriminació i violència, material i simbòlica, i especialment de la violència masclista, en compliment de la normativa europea recollida en la Directiva de Serveis de Comunicació Audiovisual i la Convenció sobre la Promoció de la Diversitat Cultural.
- Impulsar campanyes de conscienciació mediàtica i digital que afavoreixin la capacitat crítica de la ciutadania en aquesta matèria, d'acord amb les indicacions de la Unesco (Media Literacy). En aquest sentit, s'ha de promoure l'educació en comunicació, especialment al segon cicle de Primària i a l'ESO.
- Prendre les mesures necessàries perquè la cobertura de TV, telefonia i xarxes arribi en condicions dignes a tots els nuclis de població.
- Dotar dels recursos indispensables l'Agència Catalana de Notícies i vetllar perquè s'hi apliquin els criteris d'independència, veracitat i rigor atribuïbles al conjunt dels mitjans públics, inclosa l'elecció de la direcció per concurs públic.
- Posar a disposició de la ciutadania, a través d'una plataforma oberta que podria dependre del Departament de Cultura, els arxius audiovisuals de la CCMA i del conjunt dels mitjans públics.

4. BETEVE

4.1. MULTIPLATAFORMA DE SERVEI PÚBLIC

Betevé és un mitjà públic local multiplataforma (tele, ràdio i internet) de Barcelona, gestionat per un consell d'administració nomenat per dos terços del Plenari municipal i dirigit per un professional independent elegit en concurs públic pel consell per majoria de dos terços. Un bon model institucional que blindava l'equip de direcció de les pressions i interferències dels responsables de l'Administració i dels partits.

L'Ajuntament inverteix a Betevé gairebé 17 milions d'euros anuals (15,7 milions el 2016, 16,9 el 2017, 16,3 el 2018 i 16,8 el 2019), una quantitat que alguns partits consideren molt elevada si es té en compte la rendibilitat social del mitjà. Els ingressos per publicitat, que fa deu anys pujaven a 1,5 milions d'euros, actualment a penes superen els 300.000 euros, de manera que la despesa la cobreixen gairebé íntegrament les transferències municipals.

Segons Kantar Media, l'audiència de Betevé ha passat de l'1,4% (unes 300.000 persones) l'any 2014 al 0,3% aquest any. Però Kantar Media no té els audímetres que caldrien per mesurar l'audiència real dels canals de proximitat. Les medicions de Konodrac, que analitza les dades de televisors intel·ligents, mantenen l'audiència en registres semblants als de fa cinc anys. La cadena sosté que l'any passat la web (que permet veure la programació) tenia 2,2 milions d'usuaris únics, 0,7 més que els dos anys precedents.

La gestió de Betevé està en mans de la societat mercantil municipal Informació i Comunicació de Barcelona (ICB). L'any 2015, ICB només tenia 20 persones en plantilla, el director i l'equip directiu. Els més de 200 treballadors que feien serveis de producció de continguts informatius, serveis tècnics i la producció de programes, estaven externalitzats, i una vintena depenien (i depenen) de la coordinadora de les deu televisions de districte, algunes de les quals ocupen encara avui locals municipals. De fet, eren treballadors d'ICB, ja que hi feien tota la feina durant tota la jornada laboral, utilitzaven els materials que els

facilitava ICB (no les empreses subcontractades), eren identificats com a treballadors d'ICB i rebien ordres de la direcció d'ICB, que en fixava els horaris i les condicions de treball, com han reconegut successives sentències judicials, que en els últims anys han obligat ICB a internalitzar progressivament els empleats que havien reclamat. L'Ajuntament oferia al conjunt de la plantilla la integració a ICB i un augment del 20% del sou, però els treballadors, d'acord amb les sentències judicials, reclamen el 40% d'augment. Aquest conflicte, irresolt hores d'ara, porta la direcció a fer retallades i a reclamar a l'Ajuntament un notable augment de la inversió.

L'emissora de ràdio està clarament infrautilitzada. Només emet 2,5 hores diàries d'informació, deu menys que l'any passat, a causa de les retallades derivades de l'augment de la despesa que ha provocat la substancial millora de les retribucions dels treballadors internalitzats.

El contracte-programa Ajuntament-ICB obliga Betevé a "satisfer les necessitats informatives, socials, educatives i culturals dels ciutadans", a fer informació "veraç i equilibrada", a garantir la participació dels "grups socials i polítics més representatius i de les entitats sense ànim de lucre", i a "promoure la participació dels ciutadans dels barris i districtes en la creació de continguts". I el reglament de funcionament del canal assenyalava que ha de "vetllar per la inclusió de tots els grups socials i culturals", tenir "especial atenció amb els col·lectius més vulnerables", garantir el "debat democràtic amb accés de les organitzacions polítiques i dels agents socials", promoure "el desenvolupament democràtic de la societat" i assegurar la "presència constant de la realitat dels barris i districtes". En síntesis, el principal criteri de gestió de Betevé, segons el contracte programa i el reglament, és "la rendibilitat social" que correspon a la seva condició de servei públic.

4.2. MILLORES DE LA RENDIBILITAT SOCIAL

En un context caracteritzat pel predomini de les grans cadenes i les dificultats derivades de la necessitat de fer front al augment de la despesa a causa de la integració a ICB dels professionals subcontractats, la gran qüestió —i la condició indispensable per garantir el futur de l'ens públic— és la millora progressiva de la seva rendibilitat social. En aquest sentit, l'Ajuntament hauria de promoure, d'acord amb la direcció, les iniciatives necessàries perquè el Consell d'Administració d'ICB, que s'ha de renovar aquest estiu, doti el mitjà de les eines necessàries perquè el conjunt de la programació transmeti credibilitat, reflecteixi la diversitat de Barcelona en tots els àmbits i estimuli el debat democràtic i garanteixi la seva interlocució amb la ciutadania. La notable cobertura informativa dels greus aldarulls que es van produir

a Barcelona arran de la sentència del procés és una prova de la necessitat d'un mitjà que serveixi la informació de manera rigorosa, imparcial i veraç. Però la millora de la utilitat social i comunicativa de Betevé aconsella l'impuls d'algunes iniciatives més:

- Que el Consell d'Administració d'ICB assumeixi que el procés d'integració del personal subcontractat, iniciat en el mandat actual i pendent de resolucions judicials, no ha d'hipotecar el futur de la cadena ni perjudicar els treballadors. Per aquesta raó, és indispensable la negociació amb els representants de la plantilla.
- Que el Consell d'Administració promogui de manera efectiva el dret d'accés, de manera que tots els col·lectius socials interessats tinguin

a Betevé els espais que les lleis audiovisuals atorguen al tercer sector de la comunicació. L'elaboració del reglament que hauria de fixar les condicions per a l'exercici del dret hauria de comptar amb el Consell Consultiu i Assessor, els sindicats representats al Comitè d'Empresa i representants de col·lectius interessats que no disposin de mitjans de comunicació propis. El reglament hauria de determinar quins grups o entitats socials significatius de Barcelona són subjectes del dret d'accés; fixar espais concrets en hores que no pertorbin la programació i que, alhora, no releguin l'exercici del dret a horaris sense audiència; garantir que els grups beneficiaris assumeixen les normes deontològiques i d'estil de Betevé, i assegurar que la cadena posi a disposició dels grups interessats un espai gratuït i els mitjans materials i personals necessaris per a la producció de les informacions.

- Que els organismes corresponents –el Consell d'Administració i el Consell de Ciutat-- activin la reforma del Consell Consultiu i Assessor, iniciada amb poc èxit en l'anterior mandat, de manera que s'ampliï a entitats i associacions representatives i funcioni de manera regular com a òrgan consultiu, capaç de formular propostes sobre la gestió i la programació. Més endavant, el consell podria actuar com a receptor del rendiment de comptes que haurien de fer tant el Consell d'Administració com la Direcció de la cadena i promoure un mecanisme de canalització de les queixes dels usuaris que podria incloure la creació del Defensor de l'Espectador.
- Que la direcció de Betevé promogui formes de col·laboració i l'establiment de sinergies amb els consorcis i plataformes de televisions, ràdios i vídeos participatius, que cobreixen necessitats de col·lectius que no tenen accés als grans mitjans. Barcelona ha estat, entre les ciutats espanyoles, capdavantera en la promoció d'iniciatives de comunicació de base, des de les teles de districte dels anys 70 i 80 del segle passat, avui fagocitades per Betevé, fins a les ràdios lliures; des de les publicacions periòdiques de tota mena d'entitats i associacions fins els projectes de vídeo participatiu i els canals de televisió per internet. Dues experiències recents han trencat la dinàmica individual d'aquests mitjans: la Xarxa de Ràdios Comunitàries de Barcelona (XRCB) i La Veïnal. La XRCB (<https://xrcb.cat>) és un projecte cooperatiu de ràdios de referència, emissores emergents i estacions efímeres que donen veu a diferents comunitats culturals, un canal comunitari amb una

programació que s'alimenta dels continguts de totes les ràdios que formen part de la xarxa, que utilitzen infraestructures comuns i que compta amb un nòdol central (estudi físic) a la Fàbrica de Creació de Fabra i Coats. És un projecte del programa Cultura Viva de l'Ajuntament, en col·laboració amb la comunitat guifi.net/exo.cat de Barcelona. Els programes produïts a l'estudi tracten temes --de barri, carrer o comunitat-- ignorats pels grans mitjans i fan servir tecnologies lliures i llicències obertes.

La Veïnal (www.laveinal.cat) és el nom adoptat pel projecte de canal de televisió comunitària en línia que van posar en marxa l'any 2019 onze col·lectius audiovisuals (Quepo, La Mosca.tv, Teleduca, Càmeres i Acció, Fora de Quadre, Col·lectiu PasaPaso, Ubutv, Neokinok.tv, El Mirador, El Parlante i DSP-La Virreina) que fins aleshores actuaven de manera dispersa. Es tracta d'una eina de comunicació conjunta transversal i de lògica comunitària que posa a l'abast dels moviments socials i entitats i associacions un espai de creació i emissió de continguts audiovisuals propis: un model de periodisme veïnal i al servei del veïnat. El projecte compta amb el suport de l'Ajuntament, que ha facilitat als promotors els modestos recursos inicials indispensables perquè es posi en marxa.

Doncs bé, tant el canal multiplataforma municipal com els col·lectius integrats a La Veïnal i a la XRCB es podrien beneficiar d'un col·laboració estreta, garantida pels convenis necessaris i avalada per l'Ajuntament, que permetés eixamplar l'oferta informativa de proximitat tant en la programació de la televisió com, sobretot, de la ràdio, ara particularment infrautilitzada.

- Que la direcció i el Consell d'Administració estudiïn la possibilitat d'obrir un debat entre els representants de les institucions interessades sobre l'eventual conversió de Betevé en un mitjà multiplataforma d'àmbit metropolità. El debat hauria d'implicar especialment l'AMB i els ajuntaments de l'àrea metropolitana i el conjunt de les forces polítiques, com també la Xarxa Audiovisual Local (XAL), El mateix Consell d'Administració d'ICB podria promoure un estudi sobre la viabilitat del projecte. No hi ha raons tècniques que el facin inviable i els beneficis serien molts tant des del punt de vista estrictament comunicatiu com de la seva viabilitat econòmica.

5. EL DRET D'ACCÉS

5.1. ESTAT DE LA QÜESTIÓ

La Constitució garanteix de manera genèrica el dret d'accés actiu als mitjans de comunicació públics de la societat civil organitzada. L'article 20 de la Constitució Espanyola diu que "la llei [...] garantirà l'accés a aquests mitjans [els públics] dels grups socials i polítics significatius, respectant el pluralisme de la societat i de les diferents llengües d'Espanya". El mateix principi se sanciona en la Llei 4/1980, de l'Estatut de la Ràdio i la Televisió; la Llei 17/2006, que deroga la 4/1980; la Llei 26/1984, de Defensa de Consumidors i Usuaris; el primer Mandat-marc de la Corporació RTVE, aprovat pel Parlament el 2007, i la Llei 8/2009, de Finançament de la Corporació RTVE, que obliga l'ens públic a destinar als "grups polítics, sindicals i socials" un mínim de "dotze hores setmanals en horari no residual". També garanteixen el dret d'accés les lleis catalanes 22/2005, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya; la Llei 11/2007, de la CCMA, i la Llei 7/2010, de Comunicació Audiovisual. Però ni a Espanya ni a Catalunya hi ha un marc legislatiu que determini què s'ha d'entendre per grups socials i polítics significatius, ni on és el límit del temps d'antena concedit que garanteixi la satisfacció efectiva d'aquest dret, ni quins mecanismes reglamentaris s'han de posar en marxa per exercir-lo.

El Consell de RTVE va aprovar el 2007 un reglament que reconeix el dret d'accés de "partits polítics, organitzacions sindicals i empresarials, confessions religioses, associacions de consumidors o d'interès ampli (ONG, benèfiques, culturals...) i, en general, de tots els grups polítics i socials amb personalitat jurídica, d'acord amb el pes objectiu que tinguin en la societat espanyola". RTVE reconeix dues maneres

d'exercir el dret d'accés: "la global, mitjançant la participació dels grups socials i polítics com a fonts d'informació i d'opinió en el conjunt de la programació" i "la directa, amb espais específics amb formats diversos, temps i horaris fixats pel Consell d'Administració" RTVE s'obliga, a més, a garantir, amb l'ajut dels seus professionals, la qualitat de la producció dels espais cedits. En la pràctica, RTVE ha registrat menys d'un centenar de peticions des de l'any 2010 (la majoria d'entitats sense ànim de lucre, partits i sindicats) i les ha derivat als informatius y al programa *Para todos La 2*.

Les televisions i ràdios públiques de les comunitats i regions espanyoles no van més enllà. De fet, a cap d'elles hi ha programes específics. Gairebé totes accepten intervencions de la ciutadania en simulacres de participació: concursos i realitats, a través de les xarxes i telèfons de tarificació addicional, i enquestes, debats i tertúlies. Un miratge participatiu basat sovint en la confrontació social. En el cas de la CCMA, l'exercici del dret d'accés es limita a la col·laboració amb els sindicats majoritaris en la producció d'espais mensuals de 10 a 15 minuts. I tant TV-3 com Catalunya Ràdio cedeixen de tant en tant espais publicitaris a col·lectius i entitats sense ànim de lucre.

Paradoxalment, l'incompliment de les lleis en aquest punt es produeix en un moment en què les tecnologies possibiliten una interactivitat plena, en què s'ha realitzat l'apagada analògica a la televisió, i tant els individus com els col·lectius socials poden produir sense dificultats qualsevol contingut audiovisual i difondre'l per internet.

5.2. ALGUNES RECOMANACIONS D'ÀMBIT GENERAL

L'aplicació del dret d'accés als mitjans públics, especialment a les televisions, té el sentit d'afavorir el desenvolupament efectiu del dret a comunicar per part dels col·lectius i entitats que conformen el teixit associatiu tant d'Espanya com de Catalunya. Per això les forces progressistes compromeses amb el dret de la ciutadania a la informació i la comunicació han de tirar endavant aquestes iniciatives:

- Instar als governs corresponents a desenvolupar reglamentàriament les lleis de l'audiovisual –estatal i autonòmiques– per possibilitar el dret d'accés de les entitats més representatives– especialment les del tercer sector– en les programacions dels mitjans públics de ràdio i televisió.
- Instar –en el cas de Catalunya– al Govern de la Generalitat a reglamentar els serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre d'acord amb el que preveu la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, assegurant la participació dels grups i les organitzacions socials que conformen el teixit associatiu català en l'elaboració de la normativa específica.
- Donar llicències de ràdio i televisió que facilitin l'autogestió de serveis propis de comunicació audiovisual per part de les organitzacions socials.
- Promoure la creació o l'ampliació, segons els casos, de consells assessors als mitjans públics, formats per professionals experts i representants d'entitats de persones usuàries i del món associatiu, i vetllar perquè aquests consells siguin operatius, amb competències clares, amb capacitat d'iniciativa i la possibilitat d'elaborar informes preceptius que fomentin la participació social.
- Impulsar, dins de les etapes de l'educació obligatòria, d'acord amb el que preveuen la Llei d'educació de Catalunya i la Llei del Cinema de Catalunya, el coneixement del llenguatge audiovisual i la interpretació dels continguts dels mitjans de comunicació audiovisual, entenent aquest aprenentatge –tant teòric com pràctic– com un dret bàsic, cultural i democràtic, del coneixement, la lectura crítica i la intervenció en aquest àmbit tan definitori de les societats desenvolupades.

5.3. PROPOSTA PER A BETEVÉ

A diferència de gairebé tots els altres mitjans públics, en mans dels governs i dels partits majoritaris, Betevé té una estructura institucional que blindava la independència de la Direcció. I, pel fet de tractar-se d'un mitjà municipal d'audiència modesta, no només pot resistir millor les pressions, sinó que està en condicions de posar en marxa una experiència inèdita de dret d'accés efectiu dels moviments, entitats i col·lectius socials barcelonins marginats dels espais comunicatius convencionals.

Per fer efectiva la proposta, que hauria de permetre rendibilitzar millor la inversió de l'Ajuntament en la tele pública local, caldria que la fessin seva la Direcció i el Consell d'Administració en el sentit indicat en el capítol anterior, relatiu al dret d'accés.

6. LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL

6.1. LES NORMES APLICABLES

La publicitat i comunicació institucional està regulada per la Llei 29/2005, de Publicitat i Comunicació Institucional, de compliment obligat, per una disposició addicional, per a qualsevol administració pública. A més d'aquesta regulació d'àmbit estatal, algunes comunitats autònomes, entre elles Catalunya, han desenvolupat la seva pròpia normativa. Però tant la llei d'àmbit estatal com la Llei 18/2000 de la Generalitat de Catalunya es limiten a fixar normes de caràcter molt general que no precisen les condicions de transparència, eficàcia, veracitat, objectivitat, concurrència, austeritat i utilitat pública de la publicitat i la comunicació que proclamen.

Totes dues lleis subratllen l'obligació de deslligar l'opinió política de la informació veraç i neutral sobre les seves polítiques públiques, i afirmen que la publicitat i la comunicació institucionals han d'estar al servei de les necessitats i interessos de la ciutadania, facilitar l'exercici dels seus drets i no han de perseguir objectius inadequats al bon ús dels fons públics. La Llei 29/2005 prohibeix expressament que les campanyes tinguin com a finalitat exaltar la tasca del Govern i servir l'Administració que les promou en lloc de servir "els seus destinataris legítims, que són els ciutadans".

La llei vigent a Catalunya va un pas més enllà: proclama que la publicitat institucional ha de

"promoure i defensar la democràcia i els valors de la societat" i ha de "difondre missatges que contribueixin a implicar els ciutadans [...] en el procés de construcció d'una societat avançada des del punt de vista del seu progrés econòmic i social i de la seva consciència cívica". Rebutja expressament el partidisme i la confusió entre publicitat institucional i propaganda política i obliga les administracions a promoure, entre altres principis, l'esperit crític de la ciutadania, el respecte a la diversitat social, el civisme i la protecció de la infància i l'adolescència.

La Llei 18/2000 afirma taxativament que els contractes publicitaris s'han d'adjudicar d'acord amb "els criteris objectius que garanteixin la lliure concurrència i la igualtat, segons disposa la Llei 13/1995, de contractes de les administracions públiques", i que s'han de fer d'acord "amb criteris d'implantació social i de difusió del mitjà informatiu corresponent, amb una consideració especial pels mitjans de comunicació locals i comarcals". La llei proclama el principi, retiradament vulnerat, que les insercions publicitàries han de servir per "promoure i defensar la democràcia i els valors de la societat, com ara el benestar social, la cultura de la pau, la solidaritat o la salut", a més d'informar sobre els drets i les obligacions de la ciutadania i de les activitats i els serveis de l'Administració.

6.2. L'AMIGUISME I EL MODEL DE CLICS

El cas és que tant el Govern del PP com el de la JxC i ERC han vulnerat sistemàticament, tot i que no en la mateixa proporció, els principis fixats per les lleis. Durant el mandat del partit conservador, l'Administració central, que va destinar cada any uns 50 milions d'euros a publicitat institucional, fa afavorir descaradament els mitjans afins i es va negar a facilitar informació sobre el repartiment dels contractes.

Les dades facilitades a instàncies dels mitjans que van recórrer al Portal de Transparència i després als jutjats permeten afirmar, per exemple, que diaris com *La Razón*, *Abc* i *El Mundo* i emissores com *es.radio*, propietat de Federico Jiménez Losantos, van rebre d'alguns ministeris més de 190 euros per cada mil lectors o oients, el doble que *El País*, *El Periódico* i *20 Minutos*, per citar tres mitjans d'audiències i característiques diferents.

El Govern català, en la dècada de les retallades, ha passat de 10 milions de despesa el 2011 a més de 30 milions en els anys successius, especialment en períodes preelectorals i durant l'apogeu del processisme, això sense comptar els organismes, consorcis, empreses o entitats vinculats que en depenen. I a les quantitats citades s'hi han d'afegir les subvencions estructurals per a l'ús del català i les subscripcions, a més dels ajuts per projectes concrets, que s'han destinat preferentment a empreses de mitjans vinculats a l'antiga Convergència o disposades

a afavorir el Govern a canvi d'ajuts de tota mena. El Consell Executiu justifica en els nombres de lectors de *La Vanguardia* i *El Periódico* les elevades quantitats destinades al Grupo Godó i al Grupo Zeta, però no pot justificar de cap manera el tracte favorable al Grup Hermes (*El Punt-Avui*) i al digital *El Nacional*, propietat de José Antich, per citar només dos exemples.

Els ajuts de les administracions responen, doncs, a un sistema de repartiment basat en l'amiguisme, emmascarat pel model de *clickbaits* o pescaclics, que té en compte les audiències, és a dir, la rendibilitat, aparent o real, dels missatges emesos. Un model anacrònic si considerem les audiències reals del conjunt dels mitjans: la premsa continua sent el sector més beneficiat tot i haver passat d'una penetració del 41,1% el 2005 a poc més del 20% en l'actualitat, mentre que els digitals i les edicions *online*, que a penes arriben al 25% de la inversió publicitària, han passat del 19% al 80% en el mateix període. Un model que permet el falsejament de les dades d'audiència, amb mesures il·legítimes com la compra de tràfic i altres mètodes d'agregació tolerats per l'empresa auditora Comscore. Un model que, a més, vulnera l'esperit de les lleis perquè, al no considerar la rendibilitat social dels mitjans, en manté molts al marge. I, a més a més, deixa en mans de les agències de mitjans que actuen com un oligopoli, els criteris de repartiment dels contractes.

6.3. UN CANVI DE MODEL

Cal, doncs, un canvi de sistema que defugui l'amiguisme i l'obscurantisme, que corregeixi els criteris de mercat i el model de pescaclics i que garanteixi de manera efectiva exigències substancials en l'exercici del dret a la informació, especialment que contribueixi a fomentar el pluralisme informatiu, protegir el dret de la ciutadania a rebre una informació veraç, evitar la concentració de mitjans, facilitar l'emprenedoria en el camp de la comunicació i fomentar els mitjans sense ànims de lucre. Amb aquesta finalitat tant la llei estatal com la de la Generalitat haurien d'establir que un percentatge de la despesa de les administracions en publicitat institucional vagi dirigida directament a aquests mitjans, que tenen una funció insubstituïble en l'empara de la diversitat cultural i en la implicació directa de la ciutadania en el procés de comunicació social, en el foment de l'alfabetització mediàtica i en la reflexió crítica.

Son necessàries, en conseqüència, modificacions legals per garantir la transparència en l'adjudicació dels contractes publicitaris i fixar requisits més estrictes en els plecs de condicions contractuals amb les empreses. En síntesis, les reformes legals en l'àmbit estatal haurien d'incloure, com proposa la Plataforma en Defensa de la Llibertat d'Informació (PDLI), els principis següents:

- Incloure en l'article 8 de la Llei 19/2013, de Transparència una referència explícita a la publicitat institucional i a la necessitat que les dades relatives a les inversions facilitades per l'Administració incloguin no només les campanyes dutes a terme, el seu import i els adjudicataris (habitualment les agències de mitjans), sinó també la planificació de mitjans corresponent.
- Establir o homogeneïtzar els criteris del repartiment publicitari (percentatge del total de la inversió) entre els diferents mitjans de comunicació, a partir de dades harmonitzades, mesurables i contrastables.
- Fer un control de tirades i audiències tenint en compte els hàbits de consum d'informació del públic, els nous suports i canals i les noves possibilitats de mesurament, addicionals als sistemes tradicionals.
- Vetllar perquè la publicitat arribi al major nombre d'operadors possible, inclosos els mitjans sense ànim de lucre.
- Obligar les empreses beneficiàries al compliment dels requisits legals següents:
 - Estar al dia de les seves obligacions amb Hisenda i la Seguretat Social.
 - Tenir un protocol d'igualtat i de no discriminació salarial.
 - Fer pública la informació sobre ingressos i despeses i la composició de l'accionariat.
 - Comptar amb un codi deontològic propi o estar adherides a un codi deontològic del sector que detalli les conductes exigides per protegir la credibilitat i la independència editorial. I tenir el codi deontològic a l'abast dels lectors o usuaris a través de la pàgina web.
 - No tenir externalitzats els serveis estructurals relatius a la recerca i elaboració de la informació.
 - No superar el 15% de contractes de treball temporals ni que els treballadors amb contractes temporals ocupin llocs en l'estructura de direcció i de gestió.
 - Tenir un conveni d'empresa o dependre del conveni del sector.

6.4. LES OBLIGACIONS DE LA GENERALITAT

El replantejament de la política d'ajuts i incentius de la Generalitat s'hauria d'inspirar en els principis esmentats i, més concretament, aplicar els criteris següents:

- Destinar preferentment i amb caràcter general els recursos als mitjans públics, tant els de caràcter nacional com els d'àmbit local i comarcal (televisions i ràdios), amb criteris de neutralitat i imparcialitat.
- Garantir que el repartiment de les subvencions estructurals per a l'ús del català es basi en normes objectives i tingui en compte no únicament les audiències, sinó també les inversions de les empreses, i inclogui els mitjans digitals, els privats sense ànim de lucre, les cooperatives i empreses d'economia social i solidària i els mitjans comunitaris.
- Reequilibrar les despeses en publicitat institucional i fer un repartiment dels ajuts i els incentius que combini els criteris objectius de transparència i equitat amb la necessitat de contribuir a un reequilibri progressiu entre els tres sectors de la comunicació, el públic, el privat i el comunitari.

D'acord amb aquests criteris generals, la Generalitat hauria de:

- Fixar uns topalls màxims per grup i per mitjà tant pel que fa a la publicitat com pel que fa a les subvencions estructurals per a l'ús del català.
- Considerar, a més de les audiències (model de *clickbait*s), la rendibilitat social dels ajuts i els temps de lectura, per afavorir el periodisme d'anàlisi i reflexió i els continguts de qualitat.
- Afavorir els mitjans que contractin periodistes a l'atur, especialment joves de menys de 30 anys i dones de més de 40 (els col·lectius més afectats), com també els mitjans que promoguin l'equitat de gènere, els que no tinguin els bancs i les grans empreses entre els accionistes i els mitjans

comunitaris, les cooperatives i les entitats sense ànim de lucre que permetin posar en marxa nous models de negoci i reduir l'atur al sector de la comunicació.

- Prohibir la concessió d'incentius als mitjans que incompleixin les seves obligacions amb Hisenda i la Seguretat Social, els que no respectin el Codi Europeu de Deontologia del Periodisme aprovat per l'Assemblea del Consell d'Europa, els que tinguin pactes ocults amb els anunciants o acceptin informacions pagades per les empreses (*branded content*) i els que, en cas d'aplicar mesures excepcionals com els ERO, no redueixin la bretxa salarial entre directius i treballadors.
- Complir escrupolosament les prohibicions, recollides en la Llei 18/2000, de fer publicitat institucional en períodes electorals i d'utilitzar "eslògans, simbologia o elements publicitaris clarament identificables amb un partit polític", com també de fer campanyes destinades a "destacar la gestió o els objectius assolits pels poders

públics", tal com assenyala la Llei 22/2005, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya.

- Garantir la transparència dels processos de convocatòria de les campanyes publicitàries sense pactes previs amb les agències de mitjans i amb criteris clars del repartiment dels recursos entre els diferents mitjans a partir de dades harmonitzades, mesurables i contrastables.
- Publicar amb detall periòdicament les llistes dels ajuts, subvencions i incentius de tot tipus rebuts pels mitjans.
- Eliminar les subscripcions dels mitjans privats que no siguin indispensables per la feina dels diferents departaments del Govern i de les empreses i organismes autònoms que en depenen.
- Reconèixer i impulsar plataformes de comunicació popular i comunitària per afavorir la construcció de noves narratives socials i contribuir a un canvi en l'hegemonia cultural.

7. ELS MITJANS COMUNITARIS

7.1. ESTAT DE LA QÜESTIÓ A EUROPA

És obligació dels Estats fomentar i protegir el tercer sector de la comunicació. Com reconeixen l'ONU, la Unió Europea, el Consell d'Europa i altres organismes internacionals, els mitjans socials i comunitaris sense ànim de lucre són agents socials fonamentals que tenen una funció insubstituïble en l'empareda de la diversitat cultural i en la implicació directa de la ciutadania en el procés de comunicació social, en el foment de l'alfabetització mediàtica i en la reflexió crítica. Per això se'ls ha de garantir un paper rellevant en les campanyes educatives i de sensibilització per atendre necessitats socials. I el sector públic els ha de brindar recursos i suport tècnic sense comprometre en cap cas la seva independència.

Mentre al conjunt d'Europa els mitjans comunitaris estan regulats i protegits, a Espanya portem gairebé 10 anys esperant l'aplicació de la Llei General de la Comunicació Audiovisual (LGCA) i de normatives autonòmiques que la completin. I això és greu perquè sense un marc legal que els reguli i els protegeixi els mitjans comunitaris no poden sobreviure.

Segons un informe de la Plataforma Europea d'Autoritats Audiovisuales (EPRA) que analitza la situació a 16 països, les ràdios comunitàries tenen reconeixement legal en 10 dels 11 en què existeixen i les teles en 5 dels 8 en què funcionen regularment. En alguns països se'ls permet tenir ingressos per publicitat o patrocini (a Espanya està prohibit). En general, tots els mitjans comunitaris obtenen més ajudes públiques que els mitjans locals comercials. La majoria de les ajudes són de l'administració local, tot i que també hi ha fons estatals específics.

A França, per exemple, els mitjans comunitaris estan inclosos dins de la categoria A de la legislació i se'ls reconeix un valor social. Per aconseguir les llicències hi ha requisits específics, entre ells el treball voluntari

i l'absència d'ànim de lucre. Les ràdios han d'emetre l'almenys quatre hores al dia amb programació pròpia, encara que poden utilitzar bancs de programes. El Fons d'Ajuda a l'Expressió Local (FSER) els facilita recursos per a la formació d'empleats i la consolidació de llocs de treball. Poden tenir ingressos per publicitat, tot i que no poden superar el 20% del volum de negoci. Hi ha teles comunitàries que apareixen en les guies de programació. I s'organitzen tallers formatius per a tots els mitjans dos cops l'any.

Al Regne Unit hi ha un fons públic estatal --el Community Radio Fund-- per a emissores amb llicència, dotat amb 500.000 lliures l'any, al qual accedeixen unes 200 emissores de ràdio. El gestiona l'autoritat reguladora britànica (OFCOM), que ajuda els mitjans amb unes 12.000 lliures anuals, tot que els ingressos per publicitat poden arribar al 50%. Les ràdios comunitàries tenen una llei específica que en regula les obligacions, entre elles la de fer constar les activitats alienes a les seves emissions com a "mesures de guany social i responsabilitat". i les teles comunitàries han d'estar entre els primers canals de les guies de programació en cable, igual que a Dinamarca.

A Alemanya tenen garantida una llicència a cadascuna de les 44 àrees de cobertura designades pels estats i també tenen tallers formatius per al personal. No poden tenir ingressos publicitaris, però sí patrocini, com a Suïssa, on hi ha nou freqüències específiques per a emissores, que tenen una gran autonomia per triar els continguts. A Irlanda i Noruega, els mitjans comunitaris poden accedir a fons públics administrats per l'autoritat audiovisual, destinats al finançament de programes i a la capacitació. A Bèlgica, les ràdios poden fer publicitat i tenen ajuts públics estatals anuals d'entre 12.500 euros (si emeten publicitat i és analògica) i 19.500 (si no n'emeten i està digitalitzada).

7.2. FALTA DE REGULACIÓ A ESPANYA

A Espanya, la falta de regulació dels mitjans comunitaris els condemna a la irrellevància o a la repressió legal, malgrat que la llei bàsica estatal en reconeix l'existència. La LGCA no serveix per a res en la pràctica, ja que el Govern l'incompleix des de 2011 al no planificar llicències per a ràdios i teles gestionades per la ciutadania. Per això, el Comitè de Drets Humans de l'ONU exigeix explicacions a l'Estat espanyol. El reglament de la LGCA en matèria de mitjans comunitaris tampoc s'ha desenvolupat. La majoria de les comunitats s'escuden en això per no exercir les seves competències complementàries. I les mesures de foment són inexistent.

A Andalusia, la Llei Audiovisual de 2018 està pendent de desenvolupament reglamentari. A Catalunya, la llei de 2005 està desfasada i els mitjans comunitaris continuen en el limbe. Navarra va aprovar un concurs per assignar llicències de ràdio, però després va anul·lar la freqüència. I Galícia i altres comunitats reprimeixen i multen els responsables de ràdios i

vídeos participatius.

Seguint les diferents experiències europees, la regulació efectiva dels mitjans comunitaris hauria de basar-se en les mesures següents:

- Reserva de part de l'espectre radioelèctric --és aconsellable una tercera part-- perquè se'ls atorguin llicències.
- Prioritat en el procés d'atorgament de llicències, especialment en les digitalitzacions.
- Finançament públic i acceptació de la publicitat sempre que els beneficis que se n'obtinguin es reinverteixin en els mitjans.
- Estatus legal que permeti a les ràdios i teles comunitàries negociar mesures positives amb autoritats locals i organitzacions de gestió de drets col·lectius.

- Programes formatius específics amb finançament públic.
- Programació pròpia de cada mitjà o en cadena amb altres mitjans del tercer sector sempre que no superi el 25%.
- Normes de *must-carry* perquè els operadors incorporin les emissions de mitjans comunitaris a serveis de tele i ràdio per cable (amb l'obligació que no estiguin amagats a la guia de programació) o de múltiple en ràdio digital.
- Reunions periòdiques de les autoritats audiovisuals que haurien de garantir el compliment de les normes legals i de les condicions de les concessions, entre elles el respecte dels drets laborals i dels codis deontològics professionals, com també la garantia de respecte escrupolós dels drets humans.

Davant l'existència de mitjans que no són comunitaris però intenten presentar-se com a tals, la regulació hauria de ser molt estricta en la definició que només són mitjans comunitaris els que són propers a la seva audiència i es construeixen de baix a dalt, d'acord amb les necessitats de comunitats locals o col·lectius culturals o vinculats a un grup social, amb continguts propis, complementaris dels que ofereixen els mitjans

7.3. PROPOSTA PER A CATALUNYA

Per regular els mitjans del tercer sector a Catalunya cal modificar la LGCA. La fórmula es basaria en la disposició transitòria 14^a de la Llei General de Comunicació Audiovisual de 2010, que comportaria la inscripció de les ràdios i teles comunitàries al Registre de prestadors del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) o l'organisme que el substituís, una solució semblant a la recollida en la Llei Audiovisual d'Andalusia aprovada per unanimitat el setembre de 2018 i pendent de desenvolupar-se.

De fet, el Govern de la Generalitat ja ha aprovat la memòria preliminar de l'avantprojecte de Llei de modificació de la Llei per aplicar la transposició de la Directiva europea 2018/1808. La modificació ha d'incloure, entre altres aspectes, segons la memòria, la regulació dels serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre per adaptar-la a la normativa bàsica estatal. Segons el Govern, "caldrà definir aquests serveis, determinar-ne els règims d'intervenció; regularitzar serveis ja existents; obrir un procés d'informació pública per conèixer el nombre i la identitat dels serveis, i crear un òrgan de participació ciutadana i de consulta".

El període de consulta, que es va acabar el setembre de 2019, incloïa, entre altres qüestions, la definició dels mitjans comunitaris catalans "i la seva delimitació respecte d'altres modalitats similars, com els universitaris, els escolars, els penitenciaris i els serveis sense ànim de lucre no comunitaris"; la reserva d'espai dins de l'espectre radioelèctric per a aquests serveis, que correspondria al Govern (dins de les freqüències assignades per l'Estat); la regularització completa dels

públics i els comercials, així com les plataformes de vídeo gestionades per col·lectius ciutadans. També s'ha de considerar que la gestió estigui repartida entre un grup de persones i la programació sigui descentralitzada i autònoma, i que la comunitat tingui l'última paraula sobre les decisions bàsiques del mitjà. Finalment, la feina de les persones que els gestionen hauria de ser preferentment voluntària, tot i que no se n'hauria d'excloure la remunerada per complementar la programació amb espais més elaborats o complexos.

De fet, la Directiva europea 2018/1898, de novembre de 2018, que obliga els Estats membres a adaptar les lleis audiovisuals, posa en primer pla la urgència de reformar la LGCA per incloure la reserva d'un part de l'espai radioelèctric per a les emissions de les ràdios i televisions comunitàries, d'acord amb l'exigència de la Federació de Sindicats de Periodistes (FdSP) i altres organitzacions, que reclamen que es constitueixi un Consell Estatal de Serveis Audiovisuals, independent del Govern, amb competències per concedir les llicències i imposar sancions i amb mitjans financers, tècnics i humans suficients. El consell, segons la FdSP, ha de garantir el respecte al pluralisme, la diversitat cultural, la protecció dels consumidors, el correcte funcionament del mercat interior i la competència lleial. Per a això, els seus integrants han de ser elegits mitjançant un concurs públic de mèrits.

mitjans "històrics" (disposició transitòria 14^a de la Llei estatal) mitjançant la seva inscripció en el Registre de prestadors del CAC, i la previsió d'un "òrgan de participació ciutadana i de consulta en matèria de serveis de comunicació audiovisual comunitària sense ànim de lucre".

En el debat parlamentari sobre el projecte de llei s'hauria d'incloure la possibilitat de posar en funcionament dos open channels de TDT i ràdio amb desconexions locals, gestionats en col·laboració amb els mateixos mitjans del tercer sector, com es fa a Alemanya, Noruega i Finlàndia, entre altres països.

La regulació a Catalunya dels mitjans del tercer sector permetria legalitzar les teles, ràdios i experiències de vídeo comunitari de Barcelona i promoure'n de noves. I possibilitaria la seva col·laboració amb Betevé.

NOTA: El Grup Parlamentari de Catalunya en Comú Podem va presentar, en el debat de la modificació de la Llei 11/2007 de la CCMC (octubre de 2019), la proposta d'afegir una disposició addicional, que es va rebutjar, que diu textualment: "En el termini de 6 mesos, el Govern determinarà, per via reglamentària, les condicions en les quals es poden prestar serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre, i més concretament, el règim aplicable a les llicències i a la comunicació prèvia, donant compliment al que preveu l'article 70 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, de reserva d'un espai públic de comunicació per als serveis de comunicació per part d'entitats sense ànim de lucre, amb criteris que garanteixin la igualtat, la llibertat i la concurrència d'acord amb el que es determini per reglament".

8. LA XAL

8.1. ANTECEDENTS I SITUACIÓ ACTUAL

La Xarxa Audiovisual Local, SL (XAL) és una societat limitada fundada per la Diputació de Barcelona l'any 2012, successora de la plataforma multimèdia creada el 2004 que formaven COM Ràdio i altres mitjans, per promoure la comunicació local (adquisició, realització, producció, distribució i explotació de programes audiovisuals per satèl·lit, cable i internet) i per prestar serveis d'agència de notícies i de comunicació a les administracions locals. És una plataforma que proporciona continguts, serveis i recursos als mitjans audiovisuals locals, tant públics com privats. Com a estructura de coordinació, la XAL coprodueix o encarrega la producció de programes als mitjans de proximitat, prioritzant les produccions de servei públic i fomentant la coproducció i els intercanvis entre els mitjans locals.

La XAL es proposa fer “una oferta de continguts que garanteixi l'accés de tots els ciutadans a una informació veraç, objectiva i equilibrada, que sigui capaç de satisfer les seves necessitats democràtiques, socials, educatives i culturals”, tal com es fixa en la Llei de Comunicació Audiovisual de Catalunya (LCAC), com també facilitar la participació dels ciutadans “en la vida política, econòmica, cultural i social del país” i contribuir al desenvolupament de les indústries

culturals catalanes, especialment les audiovisuals. L'estratègia de continguts se centra en donar repercussió pública a tot allò que aportï valor al món local i es basa en el model de producció en xarxa, amb les entitats adherides com a ens productors principals. Actualment, els eixos principals són l'entreteniment i la informació de proximitat (incloent-hi els esports), així com el foment de les emissions en directe.

Les activitats principals de la XAL, recollides als seus Estatuts, són les següents:

- Adquisició, realització, producció, distribució i explotació de programes de ràdio, televisió i notícies, així com, en general, de drets de propietat intel·lectual i continguts de caràcter audiovisual, interactius i multimèdia, per satèl·lit, cable i internet o en qualsevol altre suport de difusió.
- La prestació de serveis d'agència de notícies i serveis de comunicació a les administracions locals o d'altres, i en general als ens públics i privats.
- La prestació de serveis de formació i d'assessorament a tercers en relació amb la comunicació local.

8.2. MITJANS ADHERITS I ESTRUCTURA

El 2015 la Diputació de Barcelona va aprovar l'entrada en el capital de la societat mercantil de les altres tres diputacions catalanes. L'entrada efectiva no s'ha produït –de fet, la Diputació de Barcelona assumeix el 98% de la despesa, més de 23 milions d'euros l'any--, però els mitjans adherits a la XAL --51 televisions (37 TDT i 14 IP) i 138 ràdios (136 FM i 2 IP) locals, a principis de 2017-- pertanyen a municipis de tot Catalunya.

Tot i les dificultats per planificar, coordinar gralles i estabilitzar l'oferta de continguts, la XAL és un model consolidat que té una influència notable en l'àmbit municipal català, no només per la quantitat de mitjans adherits, sinó també per l'exclusivitat dels continguts de proximitat i la capacitat d'inversió tecnològica.

La XAL té un Consell d'Administració, que aprova el Pla Estratègic plurianual. Actualment, està vigent el Pla Estratègic 2017-2020, aprovat el desembre de 2016, i un Consell Assessor.

El Pla Estratègic 2017-2020 inclou, entre altres objectius, els següents:

- Afrontar els reptes de la revolució digital i l'obsolescència tecnològica, desplegant una xarxa de nodes territorials interconnectats amb capacitat per convertir-se en capçaleres d'emissió/distribució que obri la porta a un model de multidistribució de continguts. Igualment, potenciar la distribució digital dels continguts a través de les noves finestres i plataformes (IPTV, web, xarxes socials, mobilitat, serveis OTT...) de forma complementària

a la distribució radiofònica i televisiva tradicional. Això implica continguts per fibra òptica, el canvi progressiu dels vells equips per equips d'alta definició i el pas del model uniplataforma (ràdio, televisió) a un model multiplataforma.

- Coordinar-se amb la CCMA per potenciar la comunicació de proximitat, preservant l'autonomia local.
- Contribuir a la formació dels professionals de les entitats adherides amb un pla que faci especial incidència en la capacitat i reciclatge en els àmbits tecnològic i digital.

El Consell Assessor, que es renova cada quatre anys, “assisteix el Consell d'Administració i el conseller delegat en la definició de les polítiques i les estratègies de la XAL” en matèria de producció i continguts. L'integren 18 membres, elegits per la Junta General entre persones de prestigi reconegut en el sector de la comunicació de proximitat i tenen un mandat de quatre anys. El consell elabora informes periòdics sobre la programació i sobre el desenvolupament del pla director i del pla estratègic i fa arribar les demandes dels usuaris al Consell d'Administració.

Per regular la forma en que la XAL es relaciona amb les entitats adherides, el Consell d'Administració aprova el Protocol General de Serveis (l'actual és de gener de 2018). L'adhesió al protocol dels mitjans privats requereix que l'entitat reculli en els estatuts com un dels seus objectius socials la satisfacció de les missions i principis de servei públic dels articles 33 i 26.3 de la Llei de Comunicació Audiovisual.

8.3. NOVA ETAPA

La XAL ha estat els anys precedents, sota la presidència de Salvador Esteve i la direcció efectiva del conseller delegat Francesc Pena, un instrument de comunicació indirectament lligat a Convergència i Junts per Catalunya (JxC), que fins l'any passat ha tingut la presidència de les quatre diputacions. Ara, amb el pacte a la Diputació de Barcelona entre JxC i el PSC, Pena ha estat rellevat pel periodista Lluís Garriga, ex director adjunt de Lavinia i membre del Consell Nacional del PSC, i al Consell d'Administració hi ha una majoria progressista. S'obre, doncs, una nova etapa, amb una nova correlació de forces que hauria de tenir un reflex en el futur immediat de l'ens tot i el govern socioconvergent de la Diputació.

Aquesta etapa hauria de servir per reforçar el caràcter públic de la XAL, que en el mandat anterior s'anava desdibuixant en favor d'algunes empreses privades, majoritàriament lligades a la vella Convergència. L'adhesió de les empreses privades a la XAL només es justifica per la necessitat de contribuir a posar en marxa i a garantir el bon funcionament d'un sistema de mitjans locals amb una clara vocació de servei públic. Actualment –març de 2020-- s'està elaborant un nou pla estratègic per al mandat 2020-2024 que ha d'estar a punt el mes de juny i que té l'objectiu d'impulsar la XAL per donar resposta a les necessitats del sector i promoure la seva transformació.

Juntament amb el reforçament de l'entitat com un servei públic en mans dels representants dels ciutadans dels municipis de tot Catalunya, el Consell d'Administració es podria plantejar, entre altres, els

objectius següents:

- Primar els continguts informatius, divulgatius, culturals, esportius i de servei davant dels programes d'entreteniment, especialment els que no tenen cap relació amb el món local. Els mitjans locals tenen menys dificultats que els globals o generalistes per diferenciar els seus continguts i generar valor en un món globalitzat i amb sobreabundància d'informació.
- Aprovar un contracte programa entre la XAL i les diputacions per concretar les missions públiques de l'ens i garantir un marc de finançament estable. No es pot desenvolupar un pla estratègic sense una proposta de contracte programa.
- Promoure, amb els recursos indispensables, la innovació tecnològica imprescindible per reforçar l'espai de l'audiovisual local.
- Contribuir a la creació d'un sector audiovisual català potent i innovador, amb un sistema públic ben organitzat, eficient, amb capacitat econòmica i política per satisfer amb la màxima qualitat professional la seva missió.
- Ampliar les funcions i la composició del Consell Assessor, en el qual hi haurien d'estar representats els sectors professionals i educatius i les associacions cíviques i culturals.
- Promoure el micromecenatge per fer front a la crisi dels models tradicionals de finançament.

9. PROPOSTA DE BASES O PRINCIPIS RECTORS D'UNA LLEI DE LA COMUNICACIÓ DE CATALUNYA

9.1. FONAMENTS DE LA PROPOSTA

Des de finals de segle passat les democràcies avançades han inclòs en les seves legislacions garanties legals per a l'exercici del dret a la informació i la comunicació per part de la ciutadania. En tots els casos, el que es garanteix en aquests documents legals és la vigència de drets ja reconeguts, com els de premsa, opinió i expressió i, fins i tot, de la competència empresarial en el món de la comunicació.

Però el dret a la informació, més enllà de la garantia d'aquestes llibertats, és un bé universal, com reconeixen la Convenció Internacional de Drets Civils i Polítics, aprovada per l'ONU el 1966; la Convenció Europea dels Drets de l'Home, aprovada pel Consell d'Europa el 1950; la Declaració de Drets Civils, Polítics i Culturals de Teheran, de 1973; l'Acta d'Hèlsinki, de 1975, i el Pacte de San José de Costa Rica, signat per la Convenció Americana de Drets Humans el 1969. A tots aquests reconeixements s'hi han de sumar nombroses sentències dels tribunals internacionals de drets humans i les declaracions conjuntes de les diferents relatories especials per a la llibertat d'expressió de la Comissió de Drets Humans de la UNESCO.

Segons les lleis i els tribunals internacionals i segons assenyala l'article 20 de la Constitució espanyola, totes les persones tenen dret a investigar, cercar, rebre i difondre informacions, opinions i idees, sense censura prèvia, mitjançant totes les plataformes existents, en el marc del respecte a l'Estat de dret i els

drets humans.

Les lleis de garantia del dret a la informació i d'opinió es van fer per defensar els mitjans enfront de l'Estat i els poders fàctics, en benefici dels ciutadans. De fet, el que s'atorga als mitjans de comunicació i als informadors és una delegació de la ciutadania perquè elaborin la informació que tenen el dret de rebre i que ha de ser veraç i plural. Així ho assenyala amb precisió el Codi Deontològic Europeu del Periodisme del Consell d'Europa: "La informació constitueix un dret fonamental reconegut com a tal pel Conveni Europeu dels Drets Humans i les Constitucions democràtiques, que tenen com a subjecte o titular els ciutadans, als quals correspon el dret d'exigir que la informació que es dona des del periodisme es faci amb veracitat a les notícies i honestat en les opinions sense ingerències exteriors, tant dels poders públics com dels sectors privats".

Així mateix, l'article 52 de l'Estatut de Catalunya assenyala: "Correspon als poders públics de promoure les condicions per a garantir el dret a la informació i a rebre dels mitjans de comunicació una informació veraç i uns continguts que respectin la dignitat de les persones i el pluralisme polític, social, cultural i religiós. En el cas dels mitjans de comunicació de titularitat pública la informació també ha d'ésser neutral. Els poders públics han de promoure les condicions per a garantir l'accés sense discriminacions als serveis audiovisuals en l'àmbit de Catalunya".

9.2. L'OBLIGACIÓ DE LEGISLAR

El compliment del mandat estatutari no vulnera en absolut el dret de les empreses públiques i privades de comunicació a la llibertat de premsa i està avalat per diferents sentències internacionals, que assenyalen que els Estats tenen l'obligació positiva de garantir a la ciutadania, entre d'altres drets fonamentals, el dret a la informació de manera eficaç; és a dir, que els Estats no s'han de limitar a garantir la inexistència de la censura o de la manipulació informativa per part dels seus propis mitjans, sinó que estan obligats a dictar normes legals que impedeixin que aquestes pràctiques puguin ser exercides per qualsevol altre poder fàctic.

En la seva dimensió social la llibertat d'expressió és un mitjà per a l'intercanvi d'idees i informacions i per a la comunicació massiva entre els éssers humans, i comprèn el dret de cadascú a tractar de comunicar als

altres els seus propis punts de vista i el dret de tots a conèixer opinions i notícies. Per al ciutadà comú té tanta importància el coneixement de l'opinió aliena o de la informació de què disposen altres com el dret a difondre la pròpia.

Entenem que és potestat de l'Estat regular els serveis de comunicació, complint la seva obligació de garantir, protegir i promoure el dret a la llibertat d'expressió en condicions d'igualtat i sense discriminació, així com el dret de la societat a conèixer tot tipus d'informacions i idees. L'exercici d'aquestes facultats de l'Estat davant dels mitjans de comunicació ha de ser compatible amb el respecte per a l'exercici lliure i independent de la llibertat d'expressió i mai ha de ser utilitzat com una forma de censura indirecta.

9.3. DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ EN GENERAL

La llibertat d'expressió no s'esgota en el dret abstracte de parlar o escriure, sinó que abasta inseparablement el dret a la difusió del pensament, la informació, les idees i les opinions per qualsevol mitjà apropiats que es triïn, per fer-los arribar al major nombre de destinataris. Per garantir efectivament aquesta llibertat, l'Estat no només ha de protegir l'exercici del dret de parlar i difondre idees i informacions, sinó que té el deure de no restringir-ne la difusió per mitjà de la prohibició o regulació desproporcionada dels mitjans escollits perquè els destinataris puguin rebre-les. En aquest sentit, qualsevol limitació dels mitjans i possibilitats de difusió d'informacions i idees és, directament i en la mateixa mesura, una afectació de la llibertat, cosa que implica, entre altres, que les restriccions als mitjans de comunicació són també restriccions de la llibertat d'expressió.

Aquest esbós de projecte de llei distingeix els mitjans de comunicació segons la titularitat dels seus propietaris. Així, es reconeixen com:

- Mitjans de titularitat pública: els pertanyents a l'Administració autonòmica o a les administracions locals.
- Mitjans de titularitat privada: els que pertanyen a una corporació comercial.
- Mitjans comunitaris: els de titularitat privada

9.4. OBLIGACIONS DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Tots els serveis de comunicació han de respectar els principis i valors garantits per l'Estatut de Catalunya, relatius a la publicitat, protecció de consumidors i usuaris, el dret a l'honor, el dret a la intimitat i el dret de rectificació, com també els previstos en la normativa comunitària i els convenis internacionals subscrits per l'Estat en aquestes matèries, a més del que estableixin les lleis i normes europees.

Amb caràcter general, tots els mitjans tenen reconeguda, en les seves línies editorials i en la seva programació, la llibertat de premsa que garanteix la Declaració Universal de Drets Humans. Precisament, per complir amb aquests drets s'han d'inspirar en els principis següents:

- L'objectivitat i veracitat de les informacions.
- La separació d'informacions i opinions, així com la identificació dels qui sustentin aquestes últimes i la seva lliure expressió, amb els límits fixats en l'apartat 4 de l'article 20 de la Constitució espanyola i l'article 52 de l'Estatut de Catalunya.
- El respecte al pluralisme polític, religió, social, cultural i lingüístic, sense que en cap cas es pugui promoure o induir a l'odi per motius de raça, sexe, ideologia o religió, ni a la discriminació per qualsevol dels anteriors motius.
- El respecte al dret a l'honor, la fama i la intimitat personal i familiar, el dret a la rectificació i, en general, a tots els drets i llibertats reconeguts per

pertanyents a organitzacions socials o col·lectius organitzats sense ànim de lucre.

- Mitjans participatius: els de titularitat privada i sense ànim de lucre, dedicats al desenvolupament personal mitjançant l'intercanvi de coneixements.

Tots els mitjans de comunicació, sense distinció de la titularitat o de la plataforma de comunicació que utilitzin, tenen una funció social i són per definició un servei públic ja que la seva existència respon a la necessitat que tots els individus puguin exercir el dret a la informació. Aquesta funció social és decisiva per configurar l'opinió pública i fixar models i maneres que són fonamentals en el procés de socialització de les persones. Per això la ciutadania té el dret d'exigir que tots els mitjans compleixin de manera lleial amb aquesta funció.

No es pot restringir el dret d'expressió per censura prèvia ni es pot exercir la censura per vies o mitjans indirectes, com ara l'abús de controls oficials o particulars de la producció dels diaris impresos, de les freqüències radioelèctriques o qualsevol forma de restricció de tot tipus d'eina analògica o digital utilitzada per a l'elaboració i difusió d'informació o la utilització de qualsevol altre mitjà encaminats a impedir la comunicació i la circulació d'idees i opinions.

la llei.

- La protecció dels drets de la infància i la joventut.
- El respecte als valors d'igualtat.
- El respecte als drets dels lectors, telespectadors i radiooients mitjançant la clara diferenciació entre els continguts informatius i els publicitaris, de manera que els primers no puguin estar condicionats pels interessos de les empreses o entitats promotores de la publicitat.
- La promoció de la cultura i de la llengua de Catalunya, així com la defensa de la identitat i la cultura pròpies, per afavorir la convivència.
- La prohibició que els mitjans audiovisuals incloguin missatges xifrats o de caràcter subliminal en la programació.
- La prohibició que incloguin dins dels seus continguts senyals d'identificació falsos o enganyosos.
- La possibilitat que lectors, radiooients i telespectadors tinguin fàcil accés a la informació sobre la propietat del mitjà i la composició del seu accionariat.
- L'existència en els mitjans amb espais informatius d'estatuts de redacció i dels corresponents comitès professionals o de redacció, als quals correspon vetllar pel seu compliment. Aquests organismes

professionals poden ser sol·licitats pel personal dels mitjans i han d'estar funcionant als noranta dies de la seva sol·licitud, llevat que, de comú acord, les parts amplii aquest termini.

- Tots els mitjans han de comptar amb un conveni col·lectiu propi o, si no, estar adherits al conveni del sector.

9.5. DELS MITJANS DE TITULARITAT PÚBLICA

Els mitjans públics estan subjectes a les normes ressenyades en l'apartat anterior i, a més, han de complir el que estipula l'article 52 de l'Estatut de Catalunya sobre la neutralitat de les informacions.

- Totes les administracions han de procurar tenir mitjans de comunicació propis que els permetin complir amb el deure d'informar de les seves activitats i les de la seva comunitat a la ciutadania.
- La gestió i organització dels mitjans públics de les administracions catalanes no poden ser confiades a empreses privades comercials.
- El finançament dels mitjans de titularitat pública ha de ser suficient per garantir-ne la qualitat dels continguts i ha de ser responsabilitat de l'Administració propietària. Aquesta podrà comptar amb aportacions publicitàries comercials que no excedeixin el 50% del seu pressupost.
- L'estructura directiva d'aquests mitjans serà la que

determinin les seves respectives corporacions, encara que els alts càrrecs directius han de ser escollits mitjançant concurs públic.

- El finançament dels mitjans públics ha d'estar recolzat per un contracte programa.
- Als mitjans públics ha de prevaler la producció pròpia i, en qualsevol cas, s'ha de garantir que almenys el 35% dels seus continguts ho siguin. En aquest percentatge no s'inclouen els programes de contingut informatiu.
- Els espais informatius dels mitjans públics no es podran externalitzar en cap cas. Això no impedeix la contractació de continguts a agències informatives com a recursos de fonts.
- Els professionals encarregats de l'elaboració o presentació dels espais informatius no podran simultaniejar aquesta tasca amb l'activitat publicitària.

9.6. DELS MITJANS PRIVATS D'UNA CORPORACIÓ COMERCIAL

- Qualsevol persona podrà exercir el dret a la llibertat de premsa mitjançant la creació de mitjans de comunicació sense més requisits que els que marquen les lleis comercials vigents i, si escau, les normes de radiodifusió pel que fa a la llicència d'espais disponibles.
- Els mitjans de comunicació de propietat privada tenen capacitat per decidir lliurement el sector de públic a què vulguin dirigir-se tant com el contingut de les seves programacions.

- La propietat dels mitjans de comunicació ha de ser de coneixement públic i de fàcil accés.
- Tots els mitjans de comunicació tindran accés als ajuts de l'Administració quan aquests estiguin degudament regulats pels organismes corresponents.
- Tots els mitjans de comunicació tindran accés a l'oferta pública de publicitat institucional en igualtat de condicions i sense cap discriminació per la seva línia editorial.

9.7. DELS MITJANS DE TITULARITAT PRIVADA SENSE ÀNIM DE LUCRE O COMUNITARIS

- Tenen la consideració de serveis de comunicació comunitària no comercial els reservats a associacions sense ànim de lucre que tinguin com a objecte atendre les necessitats socials, culturals i de comunicació específiques de comunitats i grups socials, així com fomentar la participació ciutadana, la vertebració del teixit associatiu i el desenvolupament local i comunitari. En tots els casos, aquests continguts s'emetran en obert.
- Aquests serveis estaran oberts a la participació dels membres de la comunitat tant en la seva gestió com en la creació de continguts. Dins dels continguts s'habilitaran espais d'accés i de participació directa a altres persones físiques o jurídiques perquè exerceixin el dret a la lliure expressió.

- Dins d'aquests serveis s'habilitaran espais per a l'expressió d'opinions i de continguts de col·lectius que tinguin poca presència o dificultat d'accés a altres serveis de comunicació, com les minories insuficientment representades, els sectors de població desfavorida o grups socials amb necessitats específiques.
- Per la seva contribució a la pluralitat, els serveis de comunicació comunitària no comercial han de tenir presència en totes les demarcacions i zones de cobertura on també hi hagi altres serveis de comunicació.
- La Generalitat determinarà, per via reglamentària, les condicions en què es poden prestar serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre, i més concretament, el règim aplicable a les llicències

i a la comunicació prèvia, donant compliment al que preveu l'article 70 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya, de reserva d'un espai públic de comunicació per als serveis de comunicació per part d'entitats sense ànim de lucre, amb criteris que garanteixin la igualtat, la llibertat i la

concurrència d'acord amb el que es determini per reglament. En la seva formulació es tindrà molt en compte la Recomanació CM / Rec (2018) 1 del Comitè de Ministres als Estats membres sobre el pluralisme i la propietat dels mitjans, aprovada pel Comitè de Ministres el 7 de març de 2018.

9.8. DELS MITJANS DE TITULARITAT PRIVADA PARTICIPATIUS

- Es fomentarà, mitjançant els suports administratius adequats, la comunicació participativa com a forma de facilitar l'activitat regular i les necessitats de comunitats i grups amb inquietuds socioculturals diferents de les formacions reglades i amb propostes d'integració social.
- Aquest model de comunicació haurà de possibilitar espais i relacions igualitaris en què les persones puguin compartir experiències, informacions i propostes per créixer individual i col·lectivament.

9.9. DEL DRET DE LES PERSONES A INFORMAR

- Totes les persones, en l'exercici de la llibertat de premsa, podran desenvolupar empreses de comunicació sense més requisits que complir amb la legislació vigent respecte de les corporacions comercials o entitats sense ànims de lucre, segons el cas.
- L'Administració ha de garantir l'exercici d'aquest dret en qualsevol de les formes o models elegits pels ciutadans i impulsar fórmules per a la seva protecció, sense més requisit que l'exigència del respecte a l'Estat de dret i els drets humans i de no promoure o induir a l'odi per motius d'ètnia, opció de gènere, ideologia o fe religiosa, ni a la discriminació per aquests motius.
- L'Administració ha de garantir l'exercici d'aquest

9.10. DELS INFORMADORS

- L'exercici del periodisme no es pot separar de la llibertat d'expressió. Les dues coses estan lligades. La consideració de les dues qüestions (periodisme i llibertat d'expressió) com a activitats diferents podria conduir a la interpretació que les garanties sobre la llibertat d'expressió no haguessin d'emparar als que exerceixen el periodisme.
- S'han de considerar periodistes, comunicadors socials o informadors les persones que es dediquen a l'exercici del periodisme, entès com la tasca d'investigar, cercar, rebre i difondre informacions, opinions i idees mitjançant qualsevol de les plataformes de comunicació existents.
- Com tots els ciutadans, les persones dedicades a la informació podran associar-se, afiliar-se, col·legiar-se o agrupar-se en qualsevol tipus d'organització que considerin pertinent per als seus interessos, però la pertinença a qualsevol d'aquestes organitzacions no podrà ser un requisit exigible per a l'exercici de l'ofici.
- Entre les persones dedicades a informar podem distingir per la seva dedicació:
 - Periodistes informadors professionals: els que reben una retribució pecuniària d'alguna corporació de mitjans o organització privada o pública que en requereixi els serveis per cobrir les seves necessitats de comunicació.
 - Periodistes informadors comunitaris: els que treballin per a un mitjà comunitari, tant si reben una retribució pecuniària com si exerceixen de forma altruista.
 - Periodistes informadors de mitjans participatius: els que desenvolupen tasques informatives com una forma de desenvolupament personal o col·lectiu.
 - Informants (newsgatherers): són persones que de forma esporàdica o reiterada ofereixen informació sobre casos de corrupció. No són informadors, però tenen dret a l'anonimat i a la protecció legal que els concedeix la normativa de la Comissió Europea.
- La col·legiació no ha de ser obligatòria de periodistes perquè els periodistes exerceixin la seva funció.
- L'Administració s'ha de dotar de protocols d'actuació de les forces de seguretat que en depenen per evitar els actes de violència cap als informadors.
- L'Administració ha de vetllar igualment perquè siguin ateses les condicions laborals dels periodistes, entre elles:
 - L'accés a la informació en general i, particularment, a la de la pròpia Administració.
 - L'accés a les noves tecnologies.
 - L'adopció de mesures que garanteixin la independència ideològica dels informadors dins de les empreses de comunicació
 - La promoció d'iniciatives que fomentin la paritat i evitin les discriminacions dins de les empreses de comunicació.

- La garantia del respecte a les normes laborals vigents, de manera que s'evitin els abusos de les empreses, i la promoció de la contractació indefinida.
- L'Administració ha de propiciar el diàleg entre els responsables de la seguretat i les entitats representatives dels periodistes per fomentar el respecte mutu i perquè els informadors puguin dur a terme la seva feina, d'acord amb els vuit punts proposats pel Centre Europeu per a la Llibertat de Premsa i Mitjans (ECPMF), la Federació Europea de Periodistes (EFJ) i altres organitzacions:
 - Qualsevol violència del personal policial contra periodistes és inacceptable.
 - Els periodistes tenen dret a recopilar informació i la policia ha de protegir-los de qualsevol interferència il·legal, especialment en manifestacions.
 - Els periodistes han de tenir el dret d'identificar els membres de les forces policials i d'informar sobre la seves actuacions.
 - La policia no pot esborrar imatges ni confiscar els equips dels periodistes sense una ordre judicial.
 - Els periodistes no han de ser criminalitzats, discriminats ni posats en una llista negra per les seves actituds polítiques.
 - En l'exercici de les seves funcions els periodistes no han de ser objecte de vigilància policial.
 - Els danys, amenaces o assetjaments que poden patir els periodistes en l'exercici de la seva funció per part de la policia han de ser investigats per instàncies independents.
 - Els responsables de la seguretat han de capacitar la policia per actuar respectant els drets dels periodistes.

